Press Release

50 Tahun Toyota di Indonesia: Berkomitmen Untuk Hadirkan Mobility Happiness for All

09 April 2021



Jakarta (9/4) – Bertumbuh kembang bersama masyarakat Indonesia selama 50 tahun, Toyota yang senantiasa memenuhi kebutuhan masyarakat dari dulu hingga kini, telah bertransformasi dari perusahaan mobil tradisional menjadi perusahaan mobilitas. Sebagai perusahaan mobilitas, Toyota berkomitmen untuk menghadirkan tidak hanya produk yang lebih baik, namun juga solusi mobilitas secara menyeluruh yang inovatif serta memberikan nilai tambah, sesuai dengan *trend* dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang dan semakin kompleks.

"Terima kasih kepada masyarakat Indonesia yang senantiasa mempercayakan Toyota untuk dapat memenuhi kebutuhan mobilitas mereka selama 50 tahun ini. Bergandengan tangan dengan masyarakat Indonesia, kami bersyukur Toyota dapat berpartisipasi aktif dalam mengembangkan industri otomotif nasional serta turut mendukung pertumbuhan ekonomi dan sosial di Indonesia. Sebagai perusahaan mobilitas, kami berkomitmen untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan transportasi, tapi juga kebutuhan mobilitas masyarakat yang semakin kompleks, termasuk gaya hidup serta pelestarian lingkungan mereka. Kedepannya, kami tidak hanya akan menghadirkan produk yang lebih baik, namun juga solusi mobilitas yang enjoyable dan personalized bagi masyarakat Indonesia," kata President Director PT Toyota Astra Motor (TAM), Susumu Matsuda.

Toyota Indonesia bertekad untuk selalu memberikan kontribusi sosial–ekonomi pada bangsa Indonesia melalui pengembangan industri otomotif. Dimulai sebagai importir di tahun 1971, selama 50 tahun seterusnya Toyota Indonesia bertumbuh bersama pemasok lokal untuk melakukan pendalaman industri dengan meningkatkan kandungan lokal agar dapat membuka tambahan lapangan kerja untuk mendorong peningkatan ekonomi di Indonesia. Perakitan mobil utuh Toyota Indonesia dimulai sejak 1976, dilanjutkan dengan produksi mesin/*engine* di tahun 1982 dan beberapa *part* ekspor dan suku cadang. Kini Toyota Indonesia didukung dengan 5 pabrik yang memproduksi 6 model Toyota, 2 jenis mesin bensin, komponen, *spare parts*, dan alat bantu produksi yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia dan konsumen global di 80 negara di kawasan Asia, Afrika, Amerika Latin, dan Timur–Tengah.

"Bagi Toyota, Indonesia adalah "second home country" dan memiliki peran yang sangat penting. Toyota Indonesia sudah menjadi salah satu basis produksi dan ekspor global untuk kendaran Toyota. Tentunya posisi ini tidak dapat kami raih tanpa bantuan dari

Pemerintah Indonesia yang memberikan dukungan dan kemudahan dalam pengembangan industri, termasuk dalam kegiatan ekspor. Kami ingin lebih berkontribusi nyata kepada bangsa dan masyarakat Indonesia untuk 50 tahun kedepan dan seterusnya, dalam situasi apapun melalui kerja sama dengan berbagai pihak dan terus menjalin hubungan yang harmonis dengan Pemerintah dan seluruh stakeholder lainnya untuk mewujudkan 'Mobility happiness for all'. Kami juga terus mengembangkan supply chain lokal termasuk industri kecil dan menengah untuk komponen dan material, khususnya dalam menghadapi tantangan masa depan," ujar Presiden Direktur PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) Warih Andang Tjahjono.

Produk Toyota telah digunakan oleh masyarakat Indonesia sejak 50 tahun yang lalu. Seiring berjalannya waktu, banyak hal yang telah berubah selama perjalanan 50 tahun Toyota di Indonesia. Sebagai contoh, dulu, mayoritas masyarakat Indonesia membutuhkan kendaraan sebagai alat transportasi untuk mendukung mobilitas baik yang dilakukan secara jarak dekat, jarak jauh seperti mudik, maupun di medan yang cukup sulit untuk dilalui. Dan dulu ketika masyarakat ingin punya mobil pilihannya harus beli, baik baru, maupun *second* dengan opsi metode pembayaran *cash* atau *credit*.

Kini, kebutuhan mobilitas masyarakat telah berkembang menjadi lebih kompleks. Banyak masyarakat Indonesia yang membutuhkan layanan pendukung mobilitas yang lebih mudah, aman, dan nyaman termasuk yang berbasis digital. Contohnya, di era pandemi ini masyarakat membutuhkan *contactless experience* untuk mengeksplor fitur pada produk Toyota dan mendapatkan kemudahan dalam pembelian mobil. Untuk itu, Toyota hadirkan platform digital untuk eksplorasi produk melalui Toyota Live Showroom dan program pembelian mobil secara digital melalui Toyota Virtual Expo.

Kebutuhan masyarakat telah dan akan berkembang dimana banyak diantara mereka yang membutuhkan kemudahan dalam bermobilitas tanpa harus memiliki sebuah mobil yang dapat diakses dengan sekali klik. Melihat adanya kebutuhan ini, Toyota hadirkan KINTO One yang memberikan pilihan baru dengan nilai tambah bagi masyarakat yang ingin menggunakan mobil tanpa perlu memikirkan perawatannya dan biaya lainnya, melalui sistem berlangganan yang dapat diakses secara digital dengan mudah.

"Komitmen kami untuk mendukung mobilitas masyarakat Indonesia selama 50 tahun ini diawali dengan kerja sama Toyota dan Astra serta dukungan partner lainnya, pemerintah serta masyarakat, untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan dan berkontribusi ke negara. Ke depannya kami berkomitmen untuk dapat terus memberikan solusi mobilitas tidak hanya kepada pelanggan, tapi juga untuk semua masyarakat, melalui produk dan layanan yang akan kami hadirkan. Termasuk menghadirkan pilihan elektrifikasi yang lengkap sehingga masyarakat bisa memilih berdasarkan kebutuhannya serta komitmen untuk terus mempopulerkan teknologi elektrifikasi ini ke masyarakat lebih luas," kata Vice President Director PT Toyota Astra Motor (TAM), Henry Tanoto.

Dalam menghadapi elektrifikasi dan *mobility business* ke depan, Toyota Indonesia juga akan terus mengembangkan *supply chain* lokal untuk komponen dan material. Keterlibatan *Small Medium Enterprise* di dalam *supply chain*, juga semakin penting dan perlu mendapatkan support yang lebih besar. Terutama karena saat ini Toyota Indonesia tengah mempersiapkan produksi lokal model *Hybrid Electric Vehicle* (HEV) di 2022 untuk pasar domestik dan ekspor.

Toyota Populerkan Teknologi Elektrifikasi

Sejak bertransformasi menjadi perusahaan mobilitas, Toyota berkomitmen untuk menghadirkan solusi mobilitas yang menyeluruh, termasuk yang terkait dengan teknologi elektrifikasi. Sebagai bentuk realisasi dari komitmen tersebut, pada ulang tahun yang ke 50 ini, Toyota menghadirkan ekowisata yang terintegrasi dengan produk–produk elektfikasi Toyota melalui *project EV Smart Mobility* di Bali.

Di dalam *project EV Smart Mobility* ini, Toyota menyiapkan 3 *line up* kendaraan elektrifikasi Toyota, baik yang menggunakan teknologi Battery EV (BEV) dan Plug-in Hybrid (PHEV). Secara total, terdapat 30 unit kendaraan elektrifikasi Toyota yang dapat digunakan oleh masyarakat yang terdiri dari 20 unit Toyota COMS (BEV), 5 unit Toyota C+pod (BEV), dan 5 unit Toyota Prius PHEV.

Project EV Smart Mobility ini diharapkan tidak hanya dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat luas agar dapat merasakan sensasi berkendara menggunakan produk elektrifikasi Toyota yang menyenangkan, namun juga dapat turut serta dalam proses pemulihan industri pariwisata dan pelestarian lingkungan di Bali, sekaligus makin mempopulerkan elektrifikasi kepada masyarakat luas.

Selain itu, bagi Toyota, kunci pengembangan industri otomotif adalah Sumber Daya Manusia yang mumpuni. Seiring dengan Filosofi "Make People Before Make Product," Toyota Indonesia membangun berbagai fasilitas pembelajaran seperti Learning Center untuk meningkatkan kompentensi, membentuk lembaga sertifikasi tingkat nasional yang bekerja sama dengan BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi), serta menghadirkan Akademi Toyota Indonesia (TIA) yaitu sekolah vokasi yang mencetak SDM kompetitif dalam menjawab tantangan perkembangan teknologi terkini. Toyota juga turut membantu pengenalan dunia industri ke sekolah dan Universitas melalui pengembangan kurikulum, laboratorium dan program vokasi agar dapat memperkenalkan teknologi baru untuk mempersiapkan kompetensi sehingga siap menghadapi tantangan di masa depan untuk Indonesia yang lebih baik, lebih maju.

Salah satu upaya untuk mendukung pengembangan SDM di era elektrifikasi ini adalah dengan memperkenalkan xEV Center sebagai Pusat Pembelajaran Teknologi Elektrifikasi Pertama di Indonesia. Melalui xEV Center diharapkan dapat terbentuk kesadartahuan mengenai industri elektrifikasi pada masyarat Indonesia terutama kalangan akademisi serta para pelajar. xEV Center dilengkapi dengan fasilitas *virtual tour* sehingga dapat dengan mudah diakses oleh Publik, Pemerintah, Mahasiswa, Siswa SMK, serta masyarakat di seluruh Indonesia.

Toyota Persembahkan Kijang Innova *Limited Edition 50th Anniversary*

Perjalanan Toyota Kijang sejak generasi pertama hingga generasi terakhir saat ini telah menjadi kisah sukses sebuah karya anak bangsa dalam memenuhi dinamika kebutuhan mobilitas masyarakat.

Bertepatan dengan peringatan 50 tahun perjalanan Toyota di Indonesia, Toyota meluncurkan 50 unit Kijang Innova Limited Edition sebagai bagian dari simbol komitmen Toyota untuk selalu mengedepankan semangat tumbuh bersama dengan masyarakat Indonesia.

Menggunakan Kijang Innova Reborn sebagai basis, Kijang Innova *Limited Edition* ini terdapat pada Kijang Innova V Luxury Gasoline AT dan Venturer Diesel AT. Edisi khusus ini tampil dengan balutan sticker berwarna emas sebagai lambang 50 tahun kehadiran Toyota Indonesia. Sticker ini didesain khusus dengan motif yang menggambarkan perjalanan Toyota Kijang dari Generasi 1 sampai Generasi 6 saat ini.

Toyota Hadirkan *Total Mobility Solution* untuk Masyarakat Indonesia

Seiring berjalannya waktu, banyak hal yang telah berubah selama perjalanan 50 tahun Toyota di Indonesia. Dulu ketika masyarakat ingin punya mobil, pilihannya harus beli di *dealer* atau *showroom*, baik baru, maupun *second* dengan opsi metode pembayaran *cash* atau *credit*.

Sekarang, banyak masyarakat yang membutuhkan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan dalam membeli mobil yang dapat diakses dengan sekali klik dan layanan pendukung mobilitas yang lebih mudah, termasuk yang berbasis digital. Untuk itu, Toyota hadirkan layanan dalam *platform* digital seperti Toyota Live Showroom, Toyota Virtual Expo, Halobeng, mTOYOTA, dan Toyota Interactive Virtual Assistant (TARRA).

Toyota Tawarkan Solusi Mobilitas Baru dengan Konsep *Usershi*p melalui KINTO One

Saat KINTO One, layanan baru mobilitas yang bebas repot dari Toyota hanya dengan berlangganan diluncurkan pada tahun 2020 lalu, target utama Toyota adalah meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya yang hanya ingin menggunakan mobil tanpa memilikinya, terhadap pilihan solusi mobilitas baru dengan konsep *usership* dari Toyota. Namun diluar dugaan, banyak masyarakat yang tertarik dengan KINTO One. Melihat hal ini, Toyota memperluas layanan KINTO One dengan menghadirkan KINTO One Ekonomis yang menawarkan nilai tambah berupa biaya berlangganan yang lebih terjangkau mulai dari Rp 2,5 juta dan durasi berlangganan yang lebih fleksibel yaitu 1 tahun.

Tidak berhenti di situ, dalam rangka ulang tahun ke 50 Toyota di Indonesia, Toyota kembali memperluas layanan KINTO One dengan akan menghadirkan KINTO One Syariah khusus untuk masyarakat Indonesia. KINTO One Syariah menawarkan konsep biaya berlangganan dengan prinsip syariah. Kini, masyarakat mendapatkan pilihan lebih lengkap untuk dapat bermobilitas bebas repot dengan hanya berlangganan menggunakan layanan KINTO One, KINTO One Ekonomis, maupun KINTO One Syariah sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Toyota Penuhi Mobilitas Masyarakat Dengan Hadirkan Berbagai *Sales Program*

Selain itu, Toyota juga memberikan berbagai *sales program* sebagai bentuk apresiasi dan untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat. Di kuartal kedua tahun 2021 ini Toyota menghadirkan Program Spektakuler bagi masyarakat yang akan membeli Agya, Calya, dan Corolla Cross *gasoline*. Untuk pembelian Agya dan Calya, diberikan *special rate* dengan *cicilan* Rp 2 jutaan per bulan. Dan khusus untuk pembelian Calya di bulan April sampai dengan Mei 2021, pelanggan juga akan mendapatkan gratis cicilan mulai dari Rp 2,8 jutaan. Sedangkan untuk Corolla Cross *gasoline* diberikan *special rate* 3,7%.

Lebih lanjut, Toyota juga menawarkan pilihan pembiayaan melalui Program Deal Cermat. Pelanggan dapat memiliki kendaraan Toyota dengan cicilan mulai dari 2 jutaan per bulan yang sudah termasuk paket *service* dan asuransi *all-risk* selama tenor pembiayaan. Tidak hanya itu, Deal Cermat memberikan jaminan harga jual kembali mobil pelanggan nantinya. Khusus di kuartal kedua 2021, program Deal Cermat juga memberikan *special benefit* berupa gratis cicilan 1 bulan berlaku untuk pembelian Calya. Kedepannya, Toyota akan bekerja sama dengan seluruh *dealer* dan *value chain* untuk dapat memberikan solusi mobilitas secara menyeluruh yang mudah diakses oleh masyarakat.

Toyota Siapkan *Aftersales Program* Sebagai Bagian Dari *Total Mobility Solution*

Kepuasan pelanggan selalu menjadi prioritas utama bagi Toyota. Untuk itu, Toyota tidak hanya menyediakan program kepemilikan serta penggunaan kendaraan, namun juga berupaya memberikan kemudahan dan menghadirkan solusi terhadap kebutuhan mobilitas masyarakat secara menyeluruh melalui *aftersales program*.

Dengan membeli kendaraan Toyota model tertentu dengan VIN/ nomor rangka tahun produksi 2020 dan seterusnya, kendaraan pelanggan otomatis akan mendapat Program “Gratis Biaya Servis Berkala" hingga servis berkala ke-6 (maksimal 4 tahun/ 50,000 km mana yang tercapai lebih dahulu).

Selain itu, Toyota juga hadirkan Program Apresiasi 50 Tahun Toyota Indonesia berupa 1) Promo Gratis 1 Liter Oli Synthetic untuk pembelian paket *bundling* servis berkala selama bulan April 2021 dan undian berhadiah 50 batang emas; 2) Promo Diskon Ban hingga 30% khusus di bengkel resmi yang memiliki layanan Toyota Tire Solution sepanjang bulan April hingga Mei 2021; dan 3) Program Diskon hingga 10% untuk suku cadang tertentu terkait *Safety & Health* selama periode Mei dan Juni 2021.

Toyota Dukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia

Sejalan dengan upaya Pemerintah untuk mewujudkan visi Indonesia 2045 dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau SDGs, khususnya di sektor sosial, ekonomi, dan *environment*, Toyota Indonesia secara aktif menjalankan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dengan fokus *Environmental Protection* dan *Social Inclusion* yang didukung oleh empat (4) pilar utama yaitu Lingkungan, Pendidikan, Keselamatan Berkendara, dan Pemberdayaan Masyarakat, Toyota berkomitmen untuk mengembangkan aktivitas CSR yang sudah dilakukan selama 50 tahun kebelakang, untuk dapat memberikan kontribusi lebih baik kepada masyarakat Indonesia selama 50 tahun kedepan, khususnya pada sektor lingkungan dan sosial.

Sebagai contoh di sektor lingkungan, selain secara konsisten melakukan penanaman 1,6 juta pohon di seluruh Indonesia melalui program Toyota Forest dan menghadirkan taman edukasi serta ruang terbuka hijau bagi masyarakat, Toyota juga akan memperkuat upaya pelestarian lingkungan hidup melalui konservasi keanekaragaman hayati serta pengurangan gas rumah kaca dan limbah dengan pola konsumsi yang bertanggung jawab.

Sementara pada sektor sosial, aktivitas CSR Toyota terbagi menjadi dua (2) fokus yaitu pendidikan dan kualitas hidup masyarakat. Di fokus edukasi, secara konsisten sejak tahun 2005 melalui program Toyota Eco Youth (TEY) dan Toyota Dream Car Art Contest (TDCAC), Toyota mengajak siswa–siswi dari sekolah–sekolah yang tersebar di seluruh Indonesia untuk berkompetisi dalam menghasilkan proyek–proyek pelestarian lingkungan.

Selain itu, sejak tahun 1974 Toyota membantu memberikan akses ke dunia pendidikan melalui beasiswa yang disalurkan oleh Yayasan Toyota Astra. Dalam bidang pengembangan pendidikan vokasi, Toyota dengan program T-MEP (Toyota Manufacturing Education Program), T-TEP (Toyota Technical Education Program), dan Kelas Budaya Industri di beberapa SMK, yang berkontribusi dalam membentuk lulusan vokasi 'Siap Pakai' berpengalaman & cakap bekerja di dunia industri sesungguhnya.

Sedangkan di fokus kualitas hidup masyarakat, Toyota ingin meningkatkan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan akses inklusif terhadap berbagai kebutuhan dan layanan esensial seperti air bersih dan sanitasi, kesehatan dan teknologi demi terwujudnya masyarakat yang mandiri.

Kedepannya, Toyota Indonesia akan terus berkontribusi dalam kegiatan CSR melalui kerja sama erat dengan berbagai pihak sehingga bersama–sama dapat mencapai kualitas hidup yang lebih untuk Indonesia yang lebih baik, lebih maju.

Untuk informasi lebih lanjut Klik disini