Press Release

Japan Mobility Show 2025: Showcase dari Multi Pathway Approach Toyota dalam Mewujudkan Misi Mobility for All dan Carbon Neutrality, Selaras Strategi Toyota di Indonesia

30 October 2025



Tokyo (29/10) – Dengan tagline “TO YOU. TOYOTA”, Toyota hadir di pameran akbar Japan Mobility Show (JMS) 2025 di Tokyo Big Sight Jepang, 29 Oktober - 9 November 2025. Toyota sebagai Mobility Company, menampilkan berbagai inovasi seperti *future technology, mobility products*, dan *services inline* untuk mencapai visi *Mobility for All* dan *Carbon Neutrality.* Toyota juga menampilan Land Cruiser FJ yang akan segera diluncurkan pada pertengahan 2026. Century juga kini diposisikan sebagai brand di segmen *ultra luxury* dengan tagline “*Top of the Top, One of One*" yang semakin didukung dengan hadirnya Century Cope Concept, dan Lexus dengan identitasnya sebagai pelopor, membawa tagline “*Discover, Imitate no one*”, menghadirkan project awal Lexus LS Concept.

“Japan Mobility Show (JMS) 2025 menjadi showcase dari Multi Pathway Approach (MPA) Toyota dalam mewujudkan visi Mobility for All dan Carbon Neutrality. Dengan mendengarkan pelanggan dan berkomitmen menyediakan solusi mobilitas yang sesuai, Toyota menghadirkan pilihan mobilitas yang inovatif, berkelanjutan, dan ramah lingkungan. Karena Toyota ingin memastikan setiap langkahnya memberi nilai positif bagi masyarakat di berbagai belahan dunia,” ujar President Director PT Toyota-Astra Motor (TAM), Hiroyuki Ueda.

Ls concept 9 s

Di Japan Mobility Show 2025, Toyota kini memajang 4 brands: Toyota, Lexus, Century, dan Daihatsu. Berada di South Hall 1-2, Toyota memperlihatkan peran unik yang didelegasikan kepada setiap merek dan bagaimana mereka bekerja sama untuk memenuhi visi global Toyota. Inti dari filosofi Toyota adalah Mobility for All, sebuah komitmen yang telah memandu perusahaan sejak awal berdiri hingga kini dipilih oleh hampir 10 juta pelanggan setiap tahun.

Masing-masing merek telah memahami bahwa setiap individu berhak mendapatkan solusi mobilitas yang tepat dan sesuai preferensinya. Salah satu produk ikonik yang dihadirkan di JMS 2025 adalah Land Cruiser FJ. Toyota memberikan nilai baru berupa *Freedom & Joy* yang dirasakan saat menikmati Land Cruiser dengan cara masing-masing pelanggan, dan dengan tetap mempertahankan keandalan, daya tahan, serta performa *off-road* yang mendukung gaya hidup mereka yang unik dan berbeda.

Pengunjung JMS 2025 juga menjadi saksi transformasi Century dari produk premium Toyota menjadi *brand ultra premium*. Posisi brand ini akan lebih tinggi dibandingkan Lexus, walaupun sebenarnya posisi Lexus sendiri sudah di puncak piramida produk Toyota. Sosok baru Century akan menegaskan kembali *positioning*-nya di segmen kelas atas sebagai “*Top of The Top, One of One*”.

Identitas Lexus ialah sebagai pelopor, yang sejalan dengan tagline "*Discover, Imitate no one*". Kini Lexus dipersiapkan untuk menghadapi tantangan yang lebih berani untuk mengeksplorasi dan menciptakan inovasi baru. Melambangkan transformasi merek, Lexus menampilkan kendaraan roda enam bernama LS Concept. Konsep ini bukan sekadar eksperimen desain, karena kini LS berarti Luxury Space dan bukan lagi Luxury Sedan.

Pameran otomotif internasional ini juga menampilkan *Multi-Pathway Approach* Toyota terhadap *Carbon Neutrality*. Toyota fokus pada penyediaan pilihan solusi mobilitas yang ramah lingkungan secara berkelanjutan yang telah diterapkan di berbagai negara. Strategi ini mencakup *line-up* lengkap *powertrain*, mulai dari Flex Fuel Hybrid di Amerika Selatan, Small Hybrid di Asia, dan Fuel Cell EV terbaru di Jepang.

Jms toyota 01 large

***Multi Pathway Approach* Toyota di Indonesia**

"Toyota menerapkan Multi Pathway Approach (MPA) dengan memperhatikan keberagaman demografi, sumber daya energi, dan infrastruktur di berbagai wilayah. Setiap negara membutuhkan solusi mobilitas yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan masyarakat, serta mendukung ekosistem energi yang tersedia. Toyota Mobility Concept menjadi landasan untuk mencapai tujuan itu. Mobility 1.0 meningkatkan nilai mobilitas yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan, Mobility 2.0 memperluas akses mobilitas ke ranah baru, dan Mobility 3.0 mengintegrasikan mobilitas dengan sistem sosial dan energi," ujar Hiroyuki Ueda.

Best In Town

Multi Pathway Approach dijalankan berdasarkan tiga prinsip: *Best in Town, Customer Comes First,* dan *Start by Doing*. Toyota bertekad untuk menjadi "*Best in Town*" dengan beradaptasi terhadap kebutuhan unik tiap pasar, tujuan nasional, ketahanan rantai pasok, dan mendorong keberlanjutan sebuah negara. Toyota telah memainkan peran penting dalam pengembangan industri otomotif di kawasan Asia termasuk Indonesia, dengan memberikan kontribusi investasi dan perpajakan, membangun ekosistem pemasok yang solid, menciptakan lapangan kerja yang stabil, dan berkontribusi pada pengembangan sumber daya manusia lokal.

Strategi ini menekankan penyediaan produk dan layanan terbaik yang memenuhi kebutuhan mobilitas dan tuntutan masyarakat yang unik di setiap negara. Salah satu contohnya adalah platform kendaraan global IMV (Innovative International Multi-Purpose Vehicle) yang diperkenalkan pada tahun 2002. Sharing platform ini mendukung berbagai kendaraan yang memenuhi beragam kebutuhan mobilitas di pasar berkembang, sehingga mencapai skala ekonomi yang memungkinkan keterjangkauan dan akses.

Lanjutkan keberhasilan IMV, Kijang Innova Zenix HEV menjadi motor penggerak penjualan Toyota di Indonesia dengan persentase sekitar 47% dari total sales Hybrid EV nasional tahun 2024. Mobil produksi lokal ini, merupakan bukti keberhasilan strategi Best in Town berkat sinergi menyeluruh dari manufaktur, sales, dan after sales. Capaian ini sangat menjanjikan lantaran pasar kendaraan elektrifikasi (xEV) Indonesia terus tumbuh, dimana persentase penjualan xEV Toyota naik dari 8,7% (2023) menjadi 14,7% (2024).

Dari sisi layanan, semangat Best in Town juga diwujudkan melalui jaringan dealer Toyota yang tersebar di seluruh Indonesia, menghadirkan pelayanan terbaik dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di masing-masing daerah. Sehingga setiap pelanggan, di mana pun berada, dapat merasakan standar kualitas dan kenyamanan yang sama.

Customer Comes First

Toyota tidak akan melupakan rekam jejaknya dalam menghadirkan *ever-better cars* yang sukses menjadi andalan masyarakat di banyak wilayah. Toyota akan melanjutkan upaya menciptakan solusi mobilitas yang dapat memenuhi tujuan Mobility for All. Mulai dari kendaraan untuk entry buyer sampai premium, mobil untuk kebutuhan penumpang dan komersial, yang juga terdiri dari berbagai jenis kendaraan seperti MPV, SUV, dan Sedan.

Multi Pathway Strategy telah dilaksanakan oleh Toyota Indonesia sejak menghadirkan Prius Hybrid di tahun 2009. Kendaraan elektrifikasi (xEV) lainnya mulai turut diperkenalkan, seperti Battery Electric Vehicle (BEV), Plug-in Hybrid Electric Vehicle (PHEV), dan Fuel Cell Electric Vehicle (FCEV). Saat ini, Hybrid merupakan xEV Toyota yang paling relevan dan diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia.

Namun tidak semua orang dapat beralih ke xEV mengingat demografi wilayah dan kebiasaan masyarakatnya yang berbeda. *No One Left Behind*, solusi energi seperti energi terbarukan yang memanfaatkan sumber daya alam memiliki potensi nyata untuk diterapkan saat ini. Toyota Indonesia menyambut baik inisiatif Pemerintah Republik Indonesia untuk memajukan penggunaan energi terbarukan, termasuk bioethanol E5 dan biodiesel B40, sebagai bagian dari strategi diversifikasi energi. Kami menyadari bahwa untuk mencapai keberhasilan ini, diperlukan kesiapan yang menyeluruh, yang mencakup ekosistem yang kuat untuk bahan baku, produksi, distribusi, dan kompatibilitas kendaraan. Toyota berkomitmen untuk memastikan bahwa semua produk kami dapat menggunakan bahan bakar ramah lingkungan, mendukung keberlanjutan dan tujuan mobilitas yang lebih hijau di Indonesia.

“Keberagaman dapur pacu dan sumber energi, memberi masyarakat kebebasan memilih solusi mobilitas rendah emisi Toyota yang sesuai dengan lifestyle, kebutuhan, dan daya belinya. Pemilihannya juga disesuaikan dengan kondisi lingkungan tempat tinggal, sumber energi yang tersedia, dan keberadaan infrastruktur pendukung. Kami juga menghadirkan ragam kendaraan elektrifikasi yang dapat dipilih oleh masyarakat. Sehingga, mempermudah upaya mengurangi emisi dalam kehidupan sehari-hari dan menginspirasi lebih banyak orang untuk berpartisipasi,” jelas Vice President Director PT. Toyota-Astra Motor (TAM), Henry Tanoto.

Start by Doing

Strategi Toyota dimulai dengan aksi nyata di bidang mobilitas, energi, dan data, termasuk pengembangan solusi mobilitas baru serta proyek percontohan untuk menekan emisi CO^2. Melalui berbagai proyek, Toyota berusaha untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat lewat inovasi dan kemitraan berkelanjutan.

PT TAM telah menjalin kerjasama dengan Pertamina Patra Niaga dan Serasi Autoraya (SERA) dalam uji coba penggunaan bioethanol E10 pada kendaraan Toyota untuk mempelajari efektivitas pengurangan emisi, efisiensi biaya operasional, serta dampaknya terhadap performa mesin dan ekosistem bisnis berbasis data.

Awal tahun ini, Toyota membuka Hydrogen Refueling Station (HRS) di Karawang, sebagai stasiun pengisian bahan bakar mandiri pertama Toyota di Asia Tenggara dan kedua di Indonesia setelah milik PLN. Fasilitas ini akan diperluas menjadi enam lokasi di seluruh Indonesia, sejalan dengan uji coba bersama PLN dan Pertamina untuk memperkenalkan pemanfaatan hidrogen dalam kehidupan sehari-hari serta membuka peluang bisnis baru di bidang produksi dan distribusi hidrogen.

“Sejalan visi Beyond Zero, Toyota berkomitmen pada road map menuju Carbon Neutrality di Indonesia. Bersama para stakeholders, kami berupaya menyelaraskan strategi Multi Pathway Toyota dengan arah kebijakan energi pemerintah agar dampak positif terhadap pengurangan emisi, perekonomian, industri, dan ketahanan energi dapat tercapai lebih cepat dan tepat. Melalui pengembangan biofuel, hidrogen, dan berbagai solusi inovatif lainnya, Toyota bertekad mewujudkan lingkungan yang lebih bersih dan berkelanjutan,” tutup Henry Tanoto.

Target SDGs yang terkait dengan kegiatan yang ditampilkan dalam release ini:

Sdgs 8 Sdgs 9 Sdgs 13 Sdgs 17

Untuk informasi lebih lanjut, silakan menghubungi:

A. B Kuswandarto/ Galuh/ Dena/ Sasa

Corporate Public Relations

PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia

Telp: (021) 651-5551 ext. 2727

Press Room Website: https://newsroom.toyota.co.id/

atok@toyota.co.id

galuh.wulan@toyota.co.id

denasty.putri@toyota.co.id

saphira.kusbandiyah@toyota.co.id