

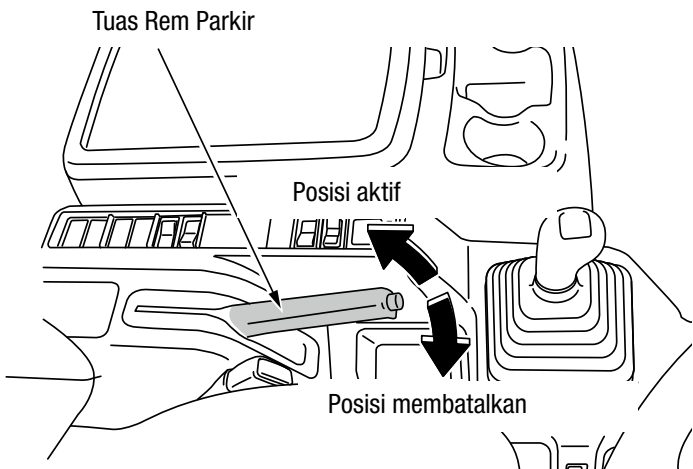
Inspeksi Rem Parkir untuk Seri HINO500, kode produksi FC, FD, GD, FG, GH, SG, FL, FM, FT dan GT.

Rem parkir digunakan setiap kali Anda memarkir kendaraan. Inspeksi rem parkir sesuai dengan PANDUAN PENGGUNA adalah salah satu faktor penting untuk mengoperasikan kendaraan Anda secara aman. Di bagian ini, kami akan menjelaskan cara melakukan inspeksi rem parkir Seri HINO500 Anda. Pastikan untuk tidak melewatkan titik pemeriksaan ini dalam inspeksi harian Anda dan pastikan membaca PANDUAN PENGGUNA Anda secara saksama dan lengkap untuk rinciannya.

 **AWAS**

Lakukan inspeksi di permukaan yang datar sambil menekan pedal rem.

Memeriksa tuas rem parkir
Inspeksi ini untuk memeriksa apakah jarak bebas penarikan tuas terlalu besar atau terlalu kecil apabila Anda menarik rem parkir sepenuhnya. Pertama-tama atur tuas rem parkir ke posisi bebas, kemudian tarik perlahan dengan tenaga yang konstan sampai terkunci, sambil memeriksa langkah tuas dengan mendengarkan jumlah klik selama tuas rem parkir ditarik (bunyi klik berasal dari rachet saat mengunci) dalam rentang nilai standar 7-10 takik.



Item	Nilai standar	Batas perbaikan
Jarak bebas penarikan tuas	7 s/d 10 takik	—

Jika langkah tuas tidak dalam rentang nilai standar, minta dealer HINO resmi untuk menyesuakannya.

[Pratinjau edisi berikutnya]
Nantikan laporan kami dari Reli Dakar 2013 di Halo Hino edisi 20!

TIM HINO SUGAWARA siap menghadapi tantangan ke-21 mereka!

Sekali lagi tahun ini, TIM HINO SUGAWARA telah mendaftar di kategori Truk Reli Dakar 2013, yang dijadwalkan untuk dimulai di Lima, Peru, pada tanggal 5 Januari 2013. Mobil 1 akan dipiloti oleh—tidak mengejutkan lagi—Yoshimasa Sugawara yang memecahkan rekor Guinness Book 30 kali mengikuti Reli Dakar. Mobil 2, yang menjalani beberapa peningkatan kinerja termasuk ketangguhan bak belakang, akan dikemudikan oleh Teruhito Sugawara. Balapan ini akan menjadi ke-21 kalinya Hino dan timnya mengikutkan truk balap (Mobil 1) yang dilengkapi power train baru dengan engine (common rail) yang dikontrol secara elektronik—yang pertama dalam sejarah Hino di balapan ini. Reli Dakar pasti akan sangat menegangkan tahun ini. Nantikan laporan kami dari balapan ini di edisi mendatang!



Hino Motors, Ltd.
Address: 3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan
Global Site: <http://www.hino-global.com>



©Hino Motors, Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied or transmitted in any form or by any means.

Printed in Japan

HINO Cares

Issue 019

Hino Selalu Mendahulukan Pelanggan



Mempersembahkan nilai unik Hino kepada masyarakat di seluruh dunia.

Mengubah ide menjadi tindakan dan melangkah ke masa depan sebagai “Merek Global bagi Semua Pelanggan.”



“TIM HINO, Bersatu Terus Maju.” “Lingkaran manusia” dan “lingkungan kepercayaan” Hino semakin memperkuat kemampuannya.

Di bulan Oktober 2012, ulang tahun ke-70 berdirinya Hino, Konferensi Dunia Hino 2012 diselenggarakan di Hotel Grand Hyatt di Roppongi, Tokyo. Konferensi ini adalah acara besar yang diadakan untuk pertama kalinya dalam empat tahun yang dihadiri oleh para distributor dan dealer dari seluruh dunia dengan tujuan berbagi visi dan strategi Hino. Ini adalah Konferensi Dunia keempat yang diselenggarakan sampai saat ini dan diikuti oleh lebih dari 200 perwakilan dari 62 negara di seluruh dunia. Dalam konferensi ini, presentasi mengenai visi dan strategi spesifik Hino disampaikan oleh Tn. Shirai, president Hino, dan para Senior Managing Director Tn. Ojima, Tn. Maeda, dan Tn. Kokaji, selain presentasi lainnya mengenai upaya yang dilakukan dan hasil yang telah dicapai oleh para distributor di seluruh dunia, yang semuanya didasarkan pada “Filosofi mengutamakan pelanggan” Hino.

Di awal presentasinya, Tn. Shirai mengenang masa empat tahun sejak Konferensi yang terakhir dan mencatat, “Dunia telah melalui beberapa krisis dengan skala dan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, termasuk runtuhnya Lehman Brothers pada tahun 2008, krisis keuangan Eropa serta banyak bencana alam, dan di Jepang, nilai yen yang super kuat dan bencana alam berskala luar biasa. Selain itu, pasar kendaraan komersial menyaksikan munculnya beberapa pesaing baru yang berupaya melakukan penetrasi di negara-negara di sekitar Jepang. Namun, bahkan dalam situasi bisnis yang sangat menantang ini, Hino telah berhasil memperkuat operasinya dan terus berkembang dengan mantap. Khususnya, pertumbuhan kita di luar Jepang sangat dramatis, dan pada tahun fiskal ini kami memperkirakan akan tercapainya sebuah tonggak baru: penjualan di luar negeri lebih dari 100.000 kendaraan. Di Jepang, kita tetap memimpin pasar, tahun lalu menandai tahun ke-39 berturut-turut kita berhasil meraih pangsa pasar yang terbesar di pasar truk tugas sedang dan berat. Kita melihat kesuksesan ini sebagai hasil dari upaya semua orang – para dealer, pabrikan, dan mitra bisnis kita – melakukan peran mereka, secara mantap dan konsisten seperti seharusnya. Oleh karena itu, sekali lagi, saya ingin mengucapkan terima kasih kami yang tulus kepada setiap orang atas upaya mereka yang luar biasa.” Para hadirin bertepuk tangan penuh antusias menanggapi.

Acara kemudian dilanjutkan dengan presentasi mengenai arah Hino menuju masa depan. “Hino telah memajukan operasinya berdasarkan ‘empat pilar’— (1) Menawarkan produk yang berdaya saing, (2) Memperluas operasi kita di luar negeri,

(3) Mendorong produktivitas dan menyediakan kemampuan, dan (4) Melatih personel yang tepercaya. Namun, ke depan, kita harus lebih mempercepat upaya untuk menerapkan ‘empat pilar ini’ dalam situasi pasar yang diperkirakan akan semakin ketat.” Berikutnya, podium diserahkan kepada ketiga direktur yang menjelaskan masalah dan tindakan yang diambil dalam bidang tanggung jawab mereka masing-masing. Dalam kaitannya dengan perluasan di luar negeri, Senior Managing Director Tn. Ojima membahas fungsi penjualan di luar negeri dalam konteks filosofi perusahaan Hino untuk menjadi “Merek Global bagi Semua Pelanggan.” Dalam bidang visi Hino untuk meraih kemampuan pengembangan produk yang terdepan di dunia, Senior Managing Director Tn. Maeda menguraikan fungsi pengembangan Hino. Dan Senior Managing Director Tn. Kokaji, yang bertanggung

jawab atas fungsi produksi, menyampaikan tindakan yang telah diambil untuk mendorong efisiensi manufaktur guna memperluas kapasitas suplai Hino.

Pada saat President Hino Tn. Shirai berdiri di mimbar dengan pesannya mengenai pilar keempat, “Melatih personel yang tepercaya,” semua yang hadir merasakan antusiasme di ruangan tersebut. “Misi Hino adalah melayani kehidupan masyarakat dan dunia sebagai penyedia truk dan bus. Kita akan terus membuat produk bagi masyarakat dan untuk masa depan, karena keduanya tidak mengenal batas.

Kita melihat semua orang, di mana saja sebagai pelanggan Hino. Saat ini, saya percaya truk Hino sangat penting dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia, mengangkut segala jenis muatan.



Tn. Ojima, Senior Managing Director



Tn. Maeda, Senior Managing Director



Kokaji, Senior Managing Director

Demikian pula, saya percaya bus Hino berperan sangat penting bagi banyak orang dalam membawa mereka ke tempat yang diinginkan – baik mengantar anak-anak ke sekolah, pekerja ke kantor, atau pulang ke rumah. Jalan yang telah kita ambil dan sekarang kita jalani, menghubungkan kita dengan orang di seluruh dunia. Untuk itu, kita pantas berbangga, dan merasa sangat gembira. Itu adalah tantangan yang kita nikmati dan hadapi dengan tekad yang teguh. Dengan cara ini, didorong oleh semangat ini, kita akan terus merintis jalan sendiri, untuk memberi masyarakat di mana saja nilai unik serta nilai-nilai Hino Motors sebagai “Merek Global bagi Semua Pelanggan.” Saat Tn. Shirai menutup rangkaian presentasi ini, kata-kata “Ti HINO, Bersatu Terus Maju”—tema untuk Konferensi Dunia Hino 2012—diproyeksikan secara menyolok pada layar di belakangnya.



Lebih dari 200 peserta berkumpul dari 62 negara di seluruh dunia.

Kita berusaha untuk mendorong bisnis pelanggan lebih jauh lagi dengan kendaraan komersial.



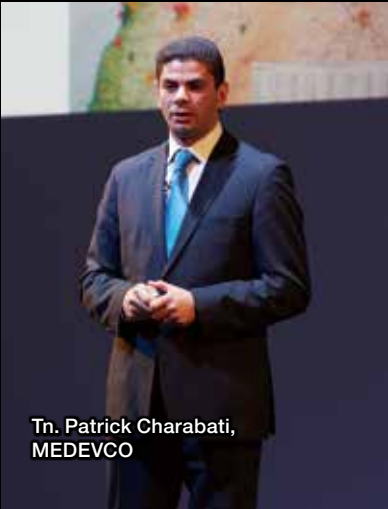
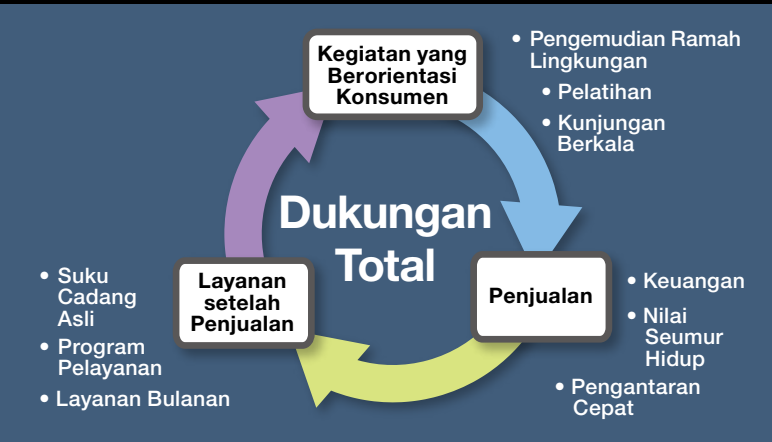
Saat ini Hino beroperasi di lebih dari 80 negara di seluruh dunia, dan memperkirakan akan menjual 100.000 kendaraan per tahun. Bagaimana Hino harus melanjutkan untuk mencapai pertumbuhan yang lebih tinggi di masa depan? Di bagian ini, kami ingin memperkenalkan kepada Anda visi Hino untuk pertumbuhan di luar negeri, berdasarkan kutipan presentasi yang disampaikan oleh Tn. Ojima, Senior Managing Director Hino, di Konferensi Dunia Hino 2012.

“Saya yakin bahwa elemen kunci untuk memastikan pertumbuhan Hino yang berkelanjutan adalah semakin membedakan merek kita dari pesaing.” Tn. Ojima juga menyatakan bahwa ketiga kunci perbedaan adalah “Membawa produk yang benar-benar sesuai ke pasar,” “Menawarkan dukungan total kita,” dan, untuk mencapai sasaran tersebut, “Menjalin hubungan kepercayaan antara Hino & Distributor.”

“Apakah sebenarnya produk yang paling sesuai? Yaitu, produk yang dengan tepat memenuhi kebutuhan pelanggan di setiap pasar. Meskipun saya yakin Hino telah menyediakan produk yang paling sesuai untuk pasar yang berbeda, masih ada ruang untuk penyempurnaan. Oleh karena itu, yang harus kita lakukan adalah mendengarkan pasar. Sementara itu, membedakan produk kita saja belum cukup untuk mengatasi harga pesaing kita. Kami juga menganggap sangat penting untuk mencapai perbedaan yang tidak tergantung harga, yaitu, meningkatkan daya saing kita di berbagai bidang selain harga. Menurut survei kepuasan pelanggan, hal-hal terpenting untuk menciptakan kepuasan pelanggan kita meliputi layanan, hubungan sales rep, dan produk, hanya 13% yang menyebutkan harga sebagai kuncinya. Dengan kata lain, kita harus menyediakan aktivitas yang berorientasi pelanggan untuk secara proaktif membangun sistem yang menawarkan dukungan total pelanggan. Yaitu, kita harus selangkah lebih maju dan bekerja dengan para pelanggan agar mereka dapat ‘meningkatkan efisiensi bisnis melalui kendaraan komersial’. Dengan kata lain, kita harus memberikan ‘solusi’ bisnis untuk kendaraan komersial. Selain persaingan yang sudah ada, kami memperkirakan entri pasar secara cepat oleh pesaing kita dari China dan Korea Selatan; bergerak maju dan menciptakan situasi bisnis yang semakin kompetitif. Hino akan dituntut untuk menanggapi persaingan yang meningkat tersebut secara cepat dan mulus. Kunci dalam melakukannya adalah kesatuan kita sebagai sebuah tim. Hal ini menjadi faktor yang sangat menentukan dalam mencapai sasaran kita, dan yang kita maksudkan ketika mengucapkan tujuan ‘Menjalin hubungan kepercayaan antara Hino & Distributor.’ Tim yang hebat akan meraih hasil yang luar biasa. Hino ingin bekerja sama untuk bergerak maju dan menikmati masa depan yang cemerlang bersama Anda. Hino ingin menjadi mitra yang ideal bagi pelanggan kita sebagai tim Hino.”

Beberapa contoh dipresentasikan oleh dealer yang mencapai hasil yang mengagumkan dengan menawarkan dukungan total sepenuhnya.

- Tn. Javier Diaz, Ricardo Perez, Panama, Amerika Selatan
- Tn. Patrick Charabati, MEDEVCO, Lebanon, Timur Tengah



Komentar dari beberapa peserta Konferensi
Konferensi Dunia Hino 2012 diikuti oleh 68 perusahaan dari 62 negara di seluruh dunia. Kami meminta beberapa peserta untuk memberikan komentarnya setelah presentasi ketika suasananya masih begitu bersemangat.



“Saya merasa menjadi bagian dari tim dengan mengikuti Konferensi ini, dan sepadan dengan perjalanan jauh dari Arab Saudi. Sekarang setelah Konferensi berakhir, saya sudah memiliki beberapa ide. Saya ingin menerapkan ide-ide tersebut begitu saya pulang. Pasar kami masih bisa berkembang, dan ya, saya merasa adalah misi saya untuk berperan dalam mendorong pertumbuhan tersebut.”

Jamjoom Vehicles & Equipment, ARAB SAUDI
TN. MANSOOR ALI KHWAJA /
General Manager, Penjualan & Pemasaran

“Saya sangat berterima kasih telah diundang ke Konferensi ini. Setelah mengikuti Konferensi ini, saya sekarang merasa lebih yakin betapa pentingnya bagi semua rekanan Hino di lebih dari 80 negara di dunia untuk berkumpul dan berbagi informasi.”



Maquinarias y Vehículos S.A., EKUADOR
TN. KLÉBER VACA / Presiden



“Masa depan kami sangat cerah karena Hino memiliki lini produk yang hebat. Setelah mendengarkan presentasi, kami memperbarui komitmen kami untuk memberikan dukungan total yang jauh lebih baik. Dengan menawarkan dukungan total kepada pelanggan, kita dapat membedakan kita dari para pesaing. Kami ingin belajar dari dua contoh ideal aktivitas dealer yang disampaikan dalam presentasi hari ini.”

Crown Motors Ltd., HONG KONG
TN. ERNEST SAI KIT WONG / General Manager
TN. CEDRIC HIN WING SO / Managing Director

“Meskipun saya telah bekerja di Hino selama lebih dari 30 tahun di negara asal saya, baru pertama kali saya mengikuti Konferensi ini. Mendengarkan presentasi yang disampaikan hari ini, saya merasa bahwa Hino akan mengalami pertumbuhan yang mantap. Hino adalah merek yang sangat baik, dan kualitas tinggi yang diwakili oleh merek tersebut sangat dikenal oleh pelanggan di negara saya. Dan kami harap Hino akan terus berkembang.”



Hino Chile S.A., CILE
TN. PATRICIO GRUNWALD /
Manajer Komersial



Hino Motors Manufacturing U.S.A. Inc.,
Operasi suku cadang untuk pasar Amerika Latin
TN. ERICH NOVOA / Manajer

“Produk Hino sangat dihargai di pasar kami (wilayah Amerika Latin dan Karibia). Selain kualitas dan ketahanan yang tinggi, juga populer karena buatan Jepang. Dengan demikian, masih ada ruang untuk peningkatan di pasar ini. Misalnya, seperti diuraikan dalam presentasi hari ini, pasar di Peru dan Cile sangat penting bagi kami dan Hino, dan saat ini kami menjalankan program untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai untuk pasar ini. Standar tinggi yang ditetapkan oleh Hino merupakan inspirasi sekaligus sumber motivasi yang besar untuk kami. Kami akan melanjutkan upaya ini agar departemen suku cadang kami dan pasar Amerika Latin dapat menjadi contoh yang gemilang di grup Hino.”

“Konferensi ini sangat mengagumkan. Konsep dukungan total Hino sangat cemerlang. Konsep Hino didasarkan pada perspektif global yang luas, dan saya sangat tertarik mendengar rencana perusahaan untuk lebih meningkatkan paket perawatan yang kami berikan kepada pelanggan dengan meningkatkan efisiensi dalam proses manufaktur. Fakta bahwa efisiensi dalam manufaktur akan segera ditingkatkan berarti kami akan dapat menerima produk lebih cepat dari saat ini, yang pada akhirnya berarti kami dapat mengirimkan produk tersebut lebih cepat pula ke pelanggan kami. Selain itu, jika perusahaan dapat mengurangi biaya manufaktur melalui modularisasi dan pengalokasian produksi berbagai komponen ke pusat produksi di Jepang dan di luar negeri, kita akan dapat menurunkan harga produk. Presentasi tentang perkembangan baru ini sangat menarik untuk didengar. Saya ingin menyampaikan informasi ini kepada pelanggan kami dan berbagi semangatnya.”

Toyota Zambia Ltd.
TN. JOHN CONNELL /
Chief Executive Officer



Toyota Tsusho Africa (PTY) Ltd., AFRIKA SELATAN
TN. ANDRÉ VENTER /
General Manager, Hino

“Informasi yang dibahas dalam Konferensi ini sangat menarik bagi kami. Yang telah kami lihat adalah Hino mengambil langkah-langkah untuk berubah. Cara berpikir Hino dan upayanya untuk mendengarkan pelanggan sangat mengagumkan. Apa yang dicari oleh pelanggan kita? Dan berapa lama jangka waktunya? Melalui komunikasi yang baik dengan Hino, mereka akan memberi produk yang memenuhi persyaratan kami, dan dalam jangka waktu yang lebih singkat. Itu sangat menarik. Saya sangat mengagumi posisi Hino dalam menyediakan produk yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan kami.”

“Presentasi tadi sangat bagus. Topik yang paling menarik bagi saya dalam hal berbagai visi dan arah ke depan Hino adalah ketiga kunci untuk membawa produk yang paling sesuai ke pasar, menawarkan dukungan total kita, dan menjalin hubungan kepercayaan antara Hino dan distributor. Topik yang paling penting, menurut saya, adalah menerapkan dukungan total sepenuhnya. Dan tentu saja, kami berkomitmen untuk menjalin hubungan kepercayaan antara Hino & distributor. Presentasi hari ini sangat memotivasi. Saya yakin kami akan dapat meningkatkan penjualan produk Hino dengan melanjutkan upaya kami untuk memberikan kepuasan penuh kepada pelanggan serta dengan menawarkan dukungan total. Sebagai anggota dari tim Hino, kami bertekad untuk menjadi perusahaan yang teratas di negara asal kami.”

PILIPINAS HINO Inc., FILIPINA
TN. FELIPE SIMEON BARROGA /
Wakil Presiden dan Bendahara



HINO Owners' Voice

1

Kanada

Christie's Dairy



Tn. Chuck Knight / Manajemen

“Truk Hino benar-benar dapat diandalkan. Kami tidak bisa mempertimbangkan yang lain.”

Tn. Chuck Knight / Manajemen

“Kami mendistribusikan produk susu seperti susu, yogurt, mentega, serta jus, dan telah bergerak di bisnis ini selama 67. Saat ini kami mengoperasikan total 10 truk Hino, termasuk Hino Seri700. Kami membeli Hino yang pertama tahun 1988 karena kami membutuhkan truk yang lebih besar dari yang kami gunakan saat itu. Kami menganggap truk Hino yang terbaik di pasar dalam hal keandalan, ketahanan, dan kemudahan mengemudi. Apakah ada area yang menurut kami masih bisa ditingkatkan lagi? Sebenarnya tidak ada, tetapi kalau harus menyebutkan, akan lebih baik jika truk dilengkapi tiga baterai. Dealer kami, Cal's, juga sangat membantu dengan memberikan layanan yang mengagumkan. Truk Hino benar-benar dapat diandalkan. Kami tidak bisa mempertimbangkan yang lain.”



Kanada

G.B. Friesen Transport Ltd.

“Kami berhubungan erat dengan dealer kami.”

Tn. Gary Friesen / Presiden

“Sebagai perusahaan transportasi kami sering mengangkut material lantai di antara Edmonton dan Lloydminster. Truk kami mungkin menempuh sekitar 95.000 km per tahun. Hino pertama kami adalah Hino 308TA yang dibeli sekitar tahun 2007, berdasarkan rekomendasi dari seorang rekan yang menggunakan Hino. Kami mulai berbisnis sekitar 5 tahun yang lalu, jadi kami sudah menggunakan truk Hino sejak awal dan saat ini memiliki dua truk Hino. Kami sangat senang dengan semua aspek produk Hino - keandalan, kenyamanan, efisiensi bahan bakar yang sangat baik, dan lebih jauh lagi, layanan dukungan yang mengagumkan dari Hino Central, dealer kami. Yang terpenting, hubungan kami dengan dealer sangat baik, yang kami anggap sebagai mitra bisnis penting kami.”



Tn. Gary Friesen / Presiden





Indonesia

P.O. Kramat djati

“Alasan kami terus membeli produk Hino adalah, karena yang terpenting dari segalanya, Hino dapat diandalkan.”



Tn. Agus Budiman, pemilik perusahaan

**Tn. Agus Budiman /
Pemilik**

“Perusahaan kami mengoperasikan bus besar di jalur bus reguler, serta menyediakan layanan bus turis dan charter bus. Di rute bus reguler, kami menyediakan layanan di antara terminal bus kami sendiri di pulau Jawa, Bali, dan Sumatra. Saat ini kami memiliki 780 bus, 256 di antaranya bus Hino. Kami juga memiliki 18 truk Hino. Di masa lalu, karena hanya ada beberapa dealer bus dan truk di Indonesia, kami akan membeli kendaraan apa saja yang tersedia pada saat itu, apa pun mereknya. Ketika Hino mulai dipasarkan di Indonesia pada tahun 1982, kami membeli tiga bus RK. Hal itulah yang mendorong kami untuk membeli lagi 10 kendaraan Hino pada tahun 2000. Setelah kendaraan diuji selama satu tahun, ternyata kendaraan Hino lebih unggul dari produk merek lain dalam hal keandalan, efisiensi bahan bakar, dan ketersediaan suku cadang. Sejak itu, hampir semua kendaraan baru kami dibeli



Operasi bus terjadwal merupakan bisnis inti P.O. Kramat Djati.



Tn. Priyatna Sadeli, C.O. Officer (kiri)



Salah satu rute mereka yang terpanjang membutuhkan waktu hingga 31 jam.



Terminal bus selalu hiruk-pikuk dengan para pelanggan.



Bus Hino sangat populer di antara penumpang karena kenyamanannya.



Chassis bus Hino yang panjang memungkinkan pemasangan dua kursi tambahan.



Perusahaan ini mengoperasikan bengkel servisnya sendiri.



Tn. Edi Atmadja, salah satu pengemudi perusahaan, telah mengemudi selama 25 tahun.



Perusahaan ini masih mengoperasikan bus Hino yang dibeli pada tahun 1992.

dari Hino. Yang terpenting dari segalanya, produk Hino dapat diandalkan. Ketiga RK yang kami beli pada tahun 1982 masih beroperasi dan bisa dilihat dalam kondisi prima di jalanan di Jakarta. Dalam mempertimbangkan pelanggan, kenyamanan berkendara merupakan faktor kritis dalam pemilihan kendaraan karena kami mengoperasikan rute bus jarak jauh dengan lama perjalanan hingga 31 jam. Dalam hal ini, Seri Bus Mesin Belakang memberikan kenyamanan berkendara yang sangat baik dan populer di antara para pelanggan kami. Selain itu, karena chassis kendaraan Hino lebih panjang, kami dapat

melengkapi bus dengan dua kursi tambahan dibandingkan bus dari pabrikan lain, dan hal ini merupakan faktor penting lain yang mendukung tingkat keuntungan kami. Mesin di kendaraan Hino juga sangat tangguh, membutuhkan lebih sedikit tenaga kerja untuk perawatan, yang pada akhirnya akan mengurangi biaya pengoperasian dan waktu menganggur. Dealer Hino memberikan dukungan melalui program perawatan, serta membantu kami dalam mengumpulkan informasi pemasaran. Mereka juga telah mengundang kami ke seminar yang diadakan di Jepang, yang menjadi pengalaman sangat berkesan bagi kami.”



Perusahaan ini memiliki 256 bus Hino.



Fuel-Efficient Driving

Kami mendorong pengemudian efisien bahan bakar Pelajaran 1 : Mulai bergerak dan percepatan

Kami yakin banyak pelanggan yang sudah menerapkan praktik pengemudian efisien bahan bakar yang kami anjurkan dan menikmati manfaat nyata dalam aktivitas sehari-hari. Seminar pengemudian efisien bahan bakar Hino, yang diselenggarakan di pusat pelatihan kami di Jepang, UEA, dan Panama, menarik minat banyak pelanggan dari berbagai penjuru dunia, dan distributor lokal di lebih dari 20 negara di seluruh dunia juga menyelenggarakan seminar yang serupa. Foto-foto di halaman ini diambil di seminar pengemudian efisien bahan bakar yang belum lama ini diselenggarakan di Panama. Sepertinya semua peserta cukup terkejut dengan manfaat pengemudian efisien bahan bakar. Namun sayangnya, seminar yang populer ini tidak tersedia di semua negara. Oleh karena itu kami ingin berbagi beberapa teknik penghematan bahan bakar yang dapat diterapkan oleh setiap pengguna dalam beberapa edisi majalah ini.



Inspeksi harian juga menjadi faktor yang sangat penting untuk mencapai pengemudian efisien bahan bakar.

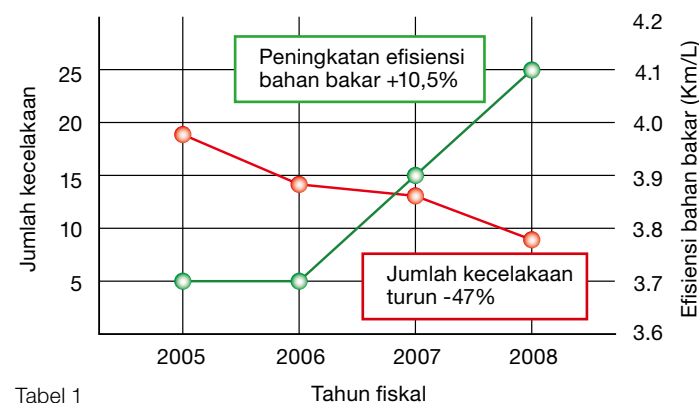


Pengemudian efisien bahan bakar itu sendiri adalah "mengemudi secara aman".

Pengemudian efisien bahan bakar memberi banyak manfaat. Pelanggan tidak hanya mengurangi biaya bahan bakar, tetapi juga dapat mendukung pengurangan emisi CO₂. Untuk memastikan pengemudian efisien bahan bakar, pengemudi juga harus memeriksa ban truk dan melakukan inspeksi harian lainnya. Dengan demikian, penyebab kerusakan dapat diatasi sebelum terjadi, yang akan menghasilkan penurunan dramatis dalam waktu menganggur, serta berbagai manfaat lainnya. Tabel berikut ini menampilkan contoh manfaat yang dialami oleh salah satu pelanggan kami.

HUBUNGAN ANTARA ECO-DRIVING DAN SAFE DRIVING — Kasus Pelanggan —

— Penerapan pengemudian efisien bahan bakar dan jumlah kecelakaan —



Tabel 1

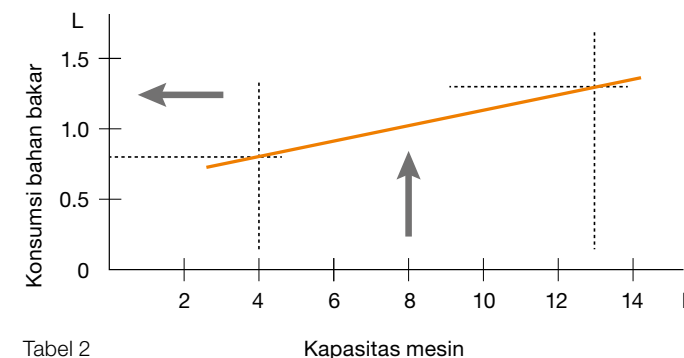
Dengan menerapkan pengemudian efisien bahan bakar di seluruh organisasi, pelanggan ini tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi bahan bakar tetapi juga menurunkan jumlah kecelakaan. Hal ini karena pengemudian efisien bahan bakar itu sendiri mencakup "kehati-hatian dalam mengemudi" yang mengharuskan pengemudi menghindari operasi mendadak seperti mulai bergerak mendadak, percepatan dan perlambatan mendadak, serta mengoperasikan kemudi secara mendadak. Berbagai manfaat inilah yang membuat Hino mendorong pengemudian efisien bahan bakar.

Hal-hal khusus apakah yang harus diperhatikan oleh pelanggan? Ada banyak area penerapan teknik penghematan bahan bakar yang bisa kita lakukan termasuk saat truk tidak bekerja ("berhenti stasioner"), saat mulai bergerak, percepatan, perjalanan, perlambatan, serta dalam inspeksi harian. Dalam edisi ini, kami akan menjelaskan hal-hal yang perlu diperhatikan pada saat stasioner, percepatan, dan perlambatan. Kita akan mulai dengan stasioner. Tabel 2 menunjukkan konsumsi bahan bakar mesin saat stasioner.

KONSUMSI DAYA SAAT STASIONER

Konsumsi bahan bakar bervariasi tergantung kapasitas mesin

<Tugas Berat>	berkapasitas 12,8L	>>	Sekitar 1,3L/h
<Tugas Ringan>	berkapasitas 4L	>>	Sekitar 0,8L/h

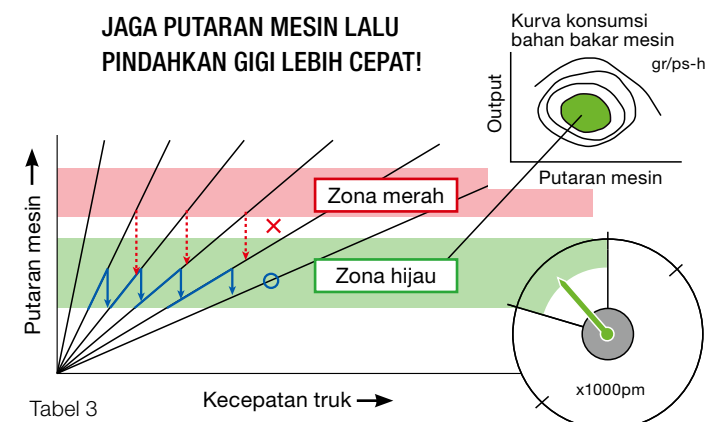


Tabel 2

Seperti terlihat, konsumsi bahan bakar bervariasi tergantung kapasitas mesin. Pada truk tugas berat (kapasitas 12,8 liter), mesin akan mengkonsumsi bahan bakar sekitar 1,3 liter per jam saat stasioner. Truk tugas ringan (kapasitas 4 liter), akan mengkonsumsi sekitar 0,8 liter per jam. Jika, misalnya, setiap truk mengoperasikan mesin secara stasioner selama total 3 jam sehari, dan beroperasi 25 jam per bulan, maka truk tugas ringan akan mengkonsumsi sekitar 720 liter dan truk tugas berat akan mengkonsumsi sekitar 1.170 liter. Seperti yang terlihat, penghematan biaya bahan bakar di area ini saja sudah cukup besar. Sebisa mungkin menghindari berhenti stasioner adalah cara terbaik untuk mengurangi pemborosan bahan bakar ini. Pernyataan yang sederhana, tetapi benar.

Area berikutnya adalah saat mulai bergerak dan percepatan. Saat mulai bergerak atau mempercepat kendaraan, pedal gas harus diinjak secara perlahan dan halus. Pedal harus diinjak dalam kisaran sekitar 80% untuk truk tugas berat, dan dalam kisaran 50% untuk truk tugas sedang dan ringan. Selain itu, pastikan untuk menaikkan gigi hanya ketika penunjuk tachometer mesin berada di zona hijau di bagian tengah, ketika mesin memerlukan lebih sedikit bahan bakar untuk output daya yang sama (Lihat Tabel 3 dan 4). Pastikan juga untuk mengganti gigi dengan cepat sebelum putaran mesin berkurang jauh.

JAGA PUTARAN MESIN LALU PINDAHKAN GIGI LEBIH CEPAT!

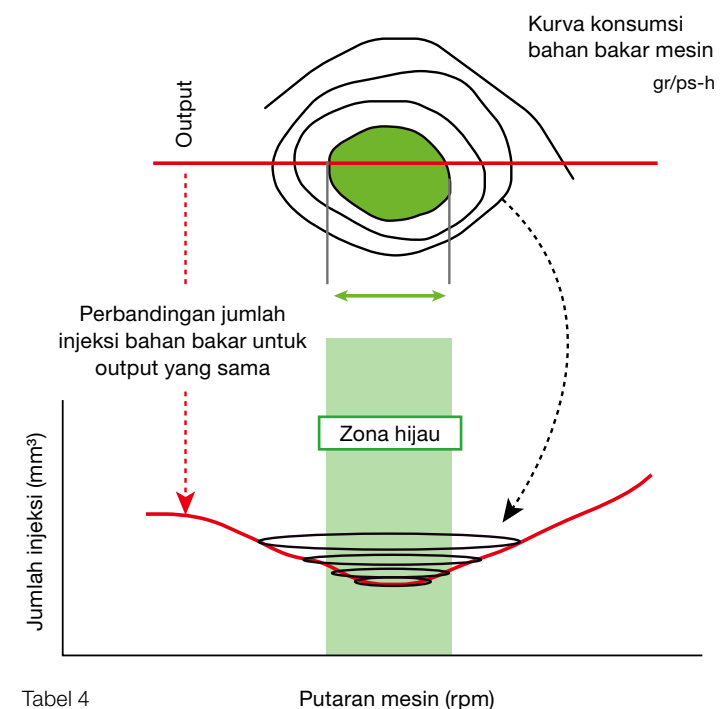


Tabel 3



Seminar efisien bahan bakar diselenggarakan di Panama bersamaan dengan pengumuman Seri 300 baru.

INFORMASI TAMBAHAN MENGENAI ZONA HIJAU



Tabel 4

Seperti yang terlihat, tidak dibutuhkan teknik khusus untuk menerapkan pengemudian efisien bahan bakar. Di edisi berikutnya, kami akan menjelaskan beberapa hal sederhana yang perlu Anda perhatikan saat mengemudi. Anda dapat mulai mengemudi efisien bahan bakar hari ini. Cobalah sendiri teknik ini untuk meningkatkan keramahan lingkungan, efisiensi ekonomi, dan keselamatan mengemudi Anda.



Para peserta seminar mendapatkan pengalaman praktis tentang manfaat pengemudian efisien bahan bakar.