

HINO

A Global Brand for all Customers

Cares

75
th
Anniversary

Since 1942



Direktur Utama Shimo Menjelaskan Visi untuk Masa Depan

Bertepatan dengan perayaan 75 tahun Hino, Direktur Utama Yoshio Shimo menjelaskan cetak biru baru yang dirancang untuk membantu Hino terus menjadi brand yang diperlukan pelanggan.





Memberi Tantangan bagi Diri Sendiri untuk Menjadi Brand yang Menawarkan Nilai yang Lebih Besar

Yoshio Shimo

Direktur Utama & CEO, Anggota Dewan Komisaris
Hino Motors, Ltd.

Hino pada tahun 2017 memperingati 75 tahun pendiriannya. Selama tiga perempat abad, perusahaan telah tumbuh dan beroperasi di 87 negara dan kawasan sementara di dalam negeri menikmati pangsa terbesar pasar truk kelas menengah dan berat selama 44 tahun berturut-turut sejak tahun 1973.

"Hino yang ada sekarang ini adalah hasil dari kerja keras dan semangat para pendahulu kita serta pihak-pihak lain yang terlibat dalam operasi perusahaan kita. Memandang ke depan, apa yang dapat kita lakukan dengan kebanggaan dan keyakinan adalah melanjutkan brand Hino dan berusaha untuk semakin meningkatkan nilainya guna disampaikan ke generasi berikut."

Ini adalah kata-kata Direktur Utama Hino Yoshio Shimo, yang mulai memimpin Hino pada tahun 2017. Setelah bergabung dengan perusahaan pada tahun 1981, Shimo bekerja sebagai insinyur di bidang-bidang seperti perancangan bus dan sebagai pemimpin proyek pengembangan NAPS (truk tipe bonet). Saat karirnya menanjak, ia menduduki berbagai jabatan termasuk Senior Vice President Hino Motors Sales U.S.A., General Manager di Divisi Perencanaan Luar Negeri, dan General Manager di Divisi Amerika Utara, sebelum menjadi Officer pada tahun 2011, Managing Officer pada tahun 2012, dan Senior Managing Officer pada tahun 2015. Pada tahun sebelum diangkat sebagai Direktur Utama, ia bekerja di Toyota Motor Corporation sebagai Managing Officer yang bertanggung jawab atas strategi korporat. Ia juga merupakan direktur utama "orang asli" pertama yang menanjak melalui berbagai jabatan di Hino untuk menjadi Direktur Utama sejak Hino menjadi anak perusahaan kelompok Toyota pada tahun 2001.

Guna memperingati 75 tahun Hino dan untuk menancapkan kaki perusahaan dengan kuat menuju usia satu abad, Shimo mempersembahkan slogan baru: Truk dan bus yang melakukan lebih. Ia duduk bersama kru HINO Cares untuk menjelaskan arti dan pemikiran di baliknya.

"Truk dan bus membantu menyokong kebutuhan masyarakat dan pada saat sama kendaraan ini harus beroperasi selaras dengannya. Pertama, sangat penting bagi kita di Hino untuk menegaskan kembali hal ini dan kemudian bagi kita untuk mewujudkannya menjadi kenyataan di seluruh dunia. Sebagai aset yang membantu terciptanya produktivitas, dan sebagai alat yang efisien dan berharga, wajib bagi truk dan bus kita agar se bisa mungkin mendekati 100% dalam waktu kerja. Karena itu, kita harus membuat kendaraan yang aman dan juga tidak mudah rusak. Kita harus memanfaatkan teknologi untuk membuat kendaraan lebih ringan dengan kapasitas angkut yang lebih besar. Kita harus meningkatkan efisiensi kendaraan melalui konsumsi bahan bakar yang lebih baik dan memaksimalkan waktu kerja melalui perawatan pencegahan dan reparasi yang cepat. Tetapi bukan ini saja. Sebagai Team Hino, sangat penting untuk mengikutsertakan sudut pandang pelanggan saat memikirkan bagaimana kita dapat membuat "truk dan bus yang melakukan lebih" dan kemudian bertindak untuk mencapainya."

Perintah pertamanya, menurut Shimo, adalah untuk semakin mengembangkan pendekatan Total Support Hino yang sekarang menjadi Total Support terbaik yang disesuaikan untuk setiap kendaraan.

"Sekarang ada sekitar 1,6 juta produk Hino yang beroperasi di seluruh dunia. Setiap kendaraan ini berbeda dalam hal bagaimana dan di mana kendaraan digunakan. Ini berarti harus ada pendekatan total support terbaik yang dioptimalkan khusus bagi masing-masing kendaraan tersebut. Dengan kata lain, jika terdapat 1,6 juta kendaraan di dunia, maka kita harus menawarkan 1,6 juta jenis Total Support. Ini yang dimaksud dengan menawarkan total support yang terbaik. Dengan berupaya untuk menjamin setiap kendaraan di setiap pelanggan dirawat dengan cara yang optimal, kita berkontribusi bagi bisnis pelanggan kita. Dengan melakukan hal ini, kita secara tidak langsung menyediakan landasan yang kuat yang menjadi dasar transportasi orang dan barang sehingga pada akhirnya memungkinkan Hino berkontribusi secara luas dan signifikan ke masyarakat. Inilah mengapa kita harus tidak hanya membuat produk-produk yang luar biasa dan menawarkan Total Support yang memaksimalkan waktu kerja kendaraan, tetapi juga secara aktif memberi tantangan bagi diri kita sendiri untuk memanfaatkan semakin terhubungnya dunia guna menemukan bidang-bidang baru agar dapat lebih melayani pelanggan kita serta dunia."

Kemudian, Shimo menyampaikan sejumlah hal untuk diingat saat mulai cara-cara baru untuk menyokong pelanggan dan masyarakat.



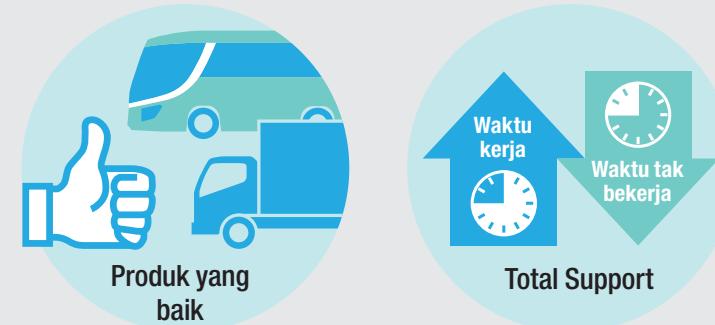
New slogan
“Trucks and buses that do more”

“Saat kita semakin mengembangkan Total Support, kita tidak pernah boleh lupa pentingnya aktivitas-aktivitas yang spesifik untuk negara dan kawasan. Di samping pendekatan kita yang sekarang yaitu menciptakan “produk paling sesuai untuk pasar kawasan”, kita harus semakin menggalakkan ‘Total Support yang paling sesuai’ yang mempertimbangkan secara cukup sudut pandang pelanggan-pelanggan di berbagai negara dan kawasan serta juga bagaimana setiap kendaraan digunakan. Demi tujuan ini, menggalakkan pengembangan personil Hino serta timnya akan menjadi semakin penting.” Shimo yakin bahwa orang-orang di belakang Hino adalah sumber dari brand Hino dan penting untuk semakin mengembangkan sumber daya manusia Hino yang tak ternilai.

“Satu pertanyaan penting adalah bagaimana membangun hubungan yang kokoh dengan pelanggan. Sekarang pertanyaan ini tengah ditangani tidak hanya oleh pabrikan-pabrikan kendaraan komersil tetapi juga oleh semua perusahaan. Kita perlu berhati-hati agar menghindari keyakinan bahwa apa yang kita lakukan di Hino adalah cara yang terbaik dan yang satu-satunya. Kita harus melakukan pekerjaan kita dengan rendah hati dan terbuka untuk belajar dari luar perusahaan dengan tujuan untuk secara aktif mengupayakan dan mengadopsi apa yang terbaik bagi pelanggan kita. Dengan demikian, saya ingin kita bekerja untuk mengembangkan talenta yang dapat berpikir di luar kerangka kerja yang ada, menghadapi tantangan dengan pola pikir inovatif, dan secara gesit menanggapi dunia yang berubah dengan cepat. Sebagai perusahaan, saya ingin melihat kita menciptakan sistem yang mengakui individu-individu karena menghadapi tantangan alih-alih menghindari kegagalan dan mempertahankan status quo.”

Shimo memimpin pendekatan proaktif yang merangkul tantangan. Alasan di balik hal ini sederhana: ia memandang hal ini penting demi terus menjadi brand yang memberikan pelanggan dan masyarakat nilai yang mereka tuntut. “Dunia tengah dan akan terus semakin terhubung dengan jaringan. Ini adalah sesuatu yang akan membawa kenyamanan yang lebih besar serta juga tantangan-tantangan baru. Kita perlu secara berani menghadapi tantangan tersebut dan memberikan pelanggan apa yang mereka benar-benar inginkan dan perlukan. Hal ini mungkin melibatkan bidang-bidang serta solusi-solusi yang melampaui sekedar membuat produk yang luar biasa. Hal ini mungkin mewajibkan kita bekerja dengan cara-cara yang memerlukan cara berpikir yang berbeda dibandingkan di masa lalu. Tetapi satu hal yang tidak akan berubah adalah sikap kita untuk memperhatikan pelanggan kita dan menargetkan untuk berupaya menjadi mitra bisnis terbaik dengan menyokong kendaraan Hino mereka serta bisnis mereka sambil berkontribusi bagi dunia yang lebih baik.” Visi baru Shimo untuk Hino meninggalkan kesan yang tak sirna bahwa visi ini jelas dan tegas berakar pada menjadi brand yang menomorsatukan pelanggan – dan mempertajam fokus ke jalan yang akan ditempuh Hino ke masa depan.

Hino melihat jalan yang harus kita lewati.



| Bidang sekarang yang berfokus pada kendaraan |

| Bidang baru |



Calinog Bus Line (CBL) /

Mr. Quirino Celeste Jr., Komisaris Utama
Ms. Maria Rose Celeste, Direktur Utama



Kami Terpikat Performa Hebat Bus Hino.

Calinog Bus Line (CBL) adalah sebuah perusahaan bus yang menyediakan layanan transportasi umum antara Iloilo City dan Calinog Town di Pulau Panay. "Orang tua saya mendirikan perusahaan pada tahun 1968 dengan hanya satu bus. Saya mengambil alih kepemilikan usaha pada tahun 1978 dan kini kami mengoperasikan 32 kendaraan termasuk bus-bus Hino kami," kata Mr. Celeste. Kini ia menjalankan perusahaan bersama istrinya, yang menjadi direktur utama. "Saya mulai terlibat dalam usaha ini saat kami menikah pada tahun 1984," kata Ms. Celeste, menjelaskan bahwa bus-bus perusahaan ini berangkat tiap 15 menit, melakukan empat perjalanan pulang-pergi dan setiap bus berjalan lebih dari 300 kilometer setiap hari. "Sebagian ruas jalan yang kami lewati kasar dan tidak diaspal. Hal ini berarti bagi kami performa bus adalah kunci karena biaya perawatan dapat berdampak pada pendapatan bisnis kami," kata Ms. Celeste, menekankan kebutuhan akan bus-bus yang dapat melayani rute jarak jauh tanpa mengalami kerusakan.

"Kami memulai hubungan kami dengan Hino pada tahun 1979 dengan pembelian satu unit bus KM Hino. Berikutnya, pada tahun 1996 kami membeli tiga unit bus FC. Konsumsi bahan bakar yang hemat dan ketahanan bus ini membuat kami sangat yakin dengan produk ini, dan performanya sangat membuat kami terpikat dengan Hino. Sejak tahun 2012, kami telah membeli lebih banyak lagi bus Hino dan kini memiliki dan mengoperasikan 26 di antaranya," jelas Ms. Celeste. Sebagai penyedia transportasi umum, CBL sangat mengutamakan keselamatan penumpang dan mengangkut orang-orang ke tempat tujuan mereka sesuai jadwal. Ms. Celeste tersenyum saat ia menjelaskan bahwa performa bus Hino menjadi kunci yang memungkinkan CBL secara konsisten memberangkatkan bus-bus dengan interval 15 menit.

"Selain hal itu, perawatan yang diperlukan untuk kendaraan-kendaraan Hino minimal dan mudah mendapatkan suku cadang yang kami perlukan, yang sangat membantu. Itulah mengapa kami yakin bahwa mengoperasikan bus-bus Hino adalah cara bagi kami untuk meningkatkan pemasukan bisnis kami di masa datang," tambah Ms. Celeste. "Dengan demikian kami dapat semakin memperluas usaha dan menambah unit bus Hino. Sehingga kami dapat membantu lebih banyak orang, yang merupakan mimpi kami. Bisnis kami membantu anak-anak pergi ke sekolah dan karena dapat melakukan hal ini berarti kami telah membantu banyak anak lulus sekolah. Ini sesuatu yang membuat apa yang kami lakukan di CBL memberi kepuasan yang sangat besar," kata Ms. Celeste.



Hino Owners' Voice Republik Filipina



Inland Corporation /

Ms. Maria Teresa R. Antonio, Direktur Utama

Sangat Senang dengan Hino.

Inland Corporation bermula pada tahun 1976 sebagai usaha broker Bea Cukai. Saat didirikan oleh ayah Ms. Antonio, perusahaan ini mulai beroperasi dengan beberapa truk Hino yang merupakan unit bekas yang dibeli dari Jepang. Pada saat itu, Ms. Antonio masih bersekolah, tetapi datang ke perusahaan untuk membantu. Dari sanalah, ia mengatakan dirinya mulai belajar mengenai semua hal terkait bisnis logistik dari dasarnya. Seiring waktu, perusahaan ini berkembang menjadi sebuah perusahaan logistik menyeluruh yang menawarkan segala hal mulai dari pengangkutan dan pergudangan hingga penyimpanan dingin sambil memperluas operasinya ke seluruh negeri dengan cabang-cabang di berbagai tempat termasuk Manila, Cebu, dan Laguna.

"Kami mencoba merek-merek lain, tetapi karena persaingan perlahan-lahan meningkat, kami mencari produk baru dan yang lebih andal, kendaraan yang jarang sekali rusak, dan beroperasi dengan perawatan minimum. Saat itulah kami menemukan kembali Hino. Kami menginginkan keandalan dan performa luar biasa dari produk-produk Jepang, tetapi juga menginginkan perusahaan yang akan tumbuh bersama kami dan bersedia

untuk memikirkan bagaimana mereka dapat membantu kami dengan moda-modा transportasi lain yang dapat kami tawarkan ke klien-klien kami. Hino dapat melakukan hal itu," kata Ms. Antonio.

Kini, Inland Corporation memiliki sekitar 30 kendaraan Hino dan berencana secara perlahan terus menambah armadanya dengan pembelian kendaraan-kendaraan Hino tambahan secara rutin termasuk truk dengan penyekuk, truk dengan pendingin, dan truk kelas ringan untuk mendukung kebutuhan e-bisnis.

"Dalam tiga tahun ke depan kami berencana membuat semua armada kami bermerek Hino. Dalam operasi sehari-hari, hal yang paling penting adalah dapat merasa tenang. Hino memungkinkan hal ini. Truk-truk Hino kami berjalan rata-rata 150 kilometer setiap hari tanpa ada masalah, dan truk-truk ini juga hemat bahan bakar. Kami sangat senang dengan performa kendaraan-kendaraan Hino kami," menurut Ms. Antonio.

Perusahaan menggunakan keberhasilannya untuk memberi ke masyarakat. Perusahaan telah membangun sebuah sekolah guna melayani kebutuhan anak-anak yang tinggal di daerah yang miskin dan kesulitan di distrik Tondo di Manila, tempat perusahaan ini berada. Ms. Antonio dengan semangat menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaannya.

"Kami menyediakan makanan bagi 500 hingga 600 anak pada hari Sabtu dan kami mendukung sepenuhnya kebutuhan gizi, kesehatan, dan pendidikan sejumlah anak. Di masa datang, kami berharap akan dapat memperluas hal ini dan mungkin mendirikan sebuah perguruan tinggi."

Omnico Consortium, Inc. /

Mr. Joseph L. Chua, Direktur Utama

20 Tahun Hino dan Kami Masih Sangat Puas.



Didirikan tahun 1997, Omnicco Consortium, Inc. adalah pabrikan beton siap campur. Setelah dua tahun menjadi pemasok eksklusif untuk Metro Manila Skyway, jalan tol di Manila, perusahaan ini terlibat dalam proyek-proyek besar termasuk memasok sebagian besar beton untuk proyek-proyek infrastruktur besar seperti terminal 2 dan 3 Bandara Internasional Ninoy Aquino Manila, pembangunan jalan-jalan tol utama, serta gedung-gedung tinggi di pusat dan pinggiran Manila.

"Saat saya memulai perusahaan, 15 dari 70 unit truk di armada kami menggunakan unit-unit Hino yang dibeli di Taiwan. Sejak saat itu kami terus membeli dua atau tiga unit truk bekas setiap tahun dari Taiwan. Pada tahun 2017, kami membeli truk-truk Hino baru untuk pertama kalinya, membeli truk mixer FS baru sebanyak 60 unit sekaligus," kata Mr. Chua.

"Saat melakukan empat perjalanan per hari mengirimkan beton ke berbagai tujuan dalam radius 25 kilometer, sangat penting untuk memiliki kendaraan yang andal, hemat bahan bakar, dan tangguh. Pada tahun 2000, kami bekerja di proyek pabrik pengolahan air. Lokasi konstruksi terletak di daerah yang sangat terisolasi tanpa jalan yang layak ke lokasi. Ini adalah lokasi yang sangat berat, tetapi saya dapat memasok ke proyek itu hingga selesai berkat ketangguhan dan kekuatan truk-truk Hino saya."

Karakteristik ini serta hal-hal lain menjadikan Mr. Chua penggemar kendaraan Hino. "Sekarang 160 unit dari truk kami, atau 80 persen armada kami, adalah kendaraan Hino. Produk-produk Hino sangat tahan lama, mesinnya kuat, dan sangat andal. Ini adalah alasan mengapa saya ingin bergantung pada hanya satu merek saja dan secara perlahan membuat seluruh armada saya Hino. Saya memilih merek dengan sangat hati-hati. Saya telah mengetahui truk Hino dan memilih satu-satunya merek yang akan membuat semuanya lebih mudah dikelola seperti saat mengurus masalah teknis apa pun yang timbul serta menyimpan dan mengurus suku cadang," ungkap Mr. Chua.

"Secara keseluruhan kami sangat puas dengan Hino. Harap ingat, unit-unit yang lebih tua yang kami miliki telah beroperasi selama 20 tahun. Dengan menggunakan truk Hino baru kami tahu bahwa kami akan dapat memusatkan energi kami lebih kepada operasi kami dan lebih mengkonsentrasi perhatian pada mengembangkan usaha baru, memperoleh pelanggan baru, serta mengirimkan produk berkualitas," tambah Mr. Chua.





Hino Menawarkan Kendaraan dengan Spesifikasi dan Performa yang Paling Tepat untuk Bisnis Kami.

Kiri: Mr. Carlos Arturo Betancourth, Kanan: A Hino vehicle operator.

I.R.C.C. El Corral / Mr. Carlos Arturo Betancourth, Manajer Logistik



El Corral adalah perusahaan yang mengoperasikan jaringan 420 toko hamburger dan juga 11 jenis tempat makan dan minum di Kolombia, termasuk restoran lain serta stasiun bir yang memerlukan pengiriman makanan segar setiap hari.

"Di ibu kota Bogota saja toko-toko ini menjual hampir 10.200 hamburger setiap hari," kata Carlos Arturo Betancourth.

El Corral mulai memperkenalkan truk Hino kelas ringan ke armadanya sekitar tahun 2016.

"Alasan diperkenalkannya kendaraan Hino ke armada kami adalah karena spesifikasinya termasuk konfigurasi satu-ban belakang memungkinkan penambahan muatan dan paling cocok untuk bisnis kami. Setelah kami mulai menggunakan Hino, kami menemukan keuntungan-keuntungan baru. Misalnya, efisiensi bahan bakar meningkat hampir 30% pada satu rute pengiriman dibandingkan dengan truk merek lain. Selain itu, kenyamanan berkendara dan kemudahan pengemudi kendaraan Hino mendapat tempat di hati semua pengemudi kami, yang kini hanya ingin mengemudikan produk-produk Hino di masa depan. Kami tidak pernah mengalami masalah dalam pelayanan dan sangat puas dengan Hino," ujar Betancourth.

Saat ditanya mengenai prospek bisnis El Coral, Betancourth sambil tersenyum mengatakan, "Kami berencana melipatgandakan skala bisnis kami dari tahun 2020 ke tahun 2022, termasuk memperluas jaringan restoran kami ke luar negeri. Dan rencana ini juga akan menambah armada kendaraan Hino."



Hino Meminimalkan Waktu Tak Berfungsi Kendaraan Kami.

Mr. Rodrigo Pinzón (tengah) didampingi para pengemudi kendaraan Hino.

Transportes Alianza / Mr. Rodrigo Pinzón, Manajer Umum



Kami menantikan untuk terus menggunakan kendaraan Hino guna mengirimkan produk-produk kami ke banyak pelanggan.

Productos Ramo /

Didirikan lebih dari 65 tahun lalu, Productos Ramo adalah salah satu produsen roti, makanan ringan, dan kue terbesar di Kolombia. Khususnya makanan ringan berlapis coklat Chocoramo sangat populer di seluruh negeri sejak perusahaan itu mulai memproduksinya 40 tahun lalu. "Kami menyewa 550 truk kelas ringan untuk mengirim produk-produk kami langsung ke hampir 280.000 toko di Kolombia.

Awalnya kami menggunakan truk merek lain, tetapi hal ini berubah setelah kami mencoba Hino pada tahun 2014. Segera setelah kami mencoba Hino, kami menyadari bahwa performa kendaraan terma-

suk kenyamanan berkendaranya unggul dibandingkan truk yang kami gunakan," kata Pablo Andrés Benavides, dan ia menambahkan, "Kami menjadi serta tetap yakin bahwa Hino adalah merek yang luar biasa, dan kami ingin menambah jumlah truk Hino yang kami operasikan."

"Kami berencana membuka pabrik baru guna meningkatkan kapasitas produksi kami dan berencana meluncurkan produk baru tahun ini," kata Benavides. Semua pertanda menunjukkan bahwa pertumbuhan lebih lanjut Productos Ramo akan meningkatkan kesempatan untuk menggunakan truk-truk Hino.

Alianza mulai beroperasi tahun 1958 dengan armada 35 bus. Kini perusahaan itu memiliki 160 bus antarkota. Rute terpanjang yang dioperasikan perusahaan itu adalah antara Monteria dan Bucaramanga – yaitu sejauh 700 kilometer sekaligus jalan. Perusahaan ini menggunakan bus Hino untuk melayani rute tersebut. Manajer Umum Rodrigo Pinzón menjelaskan alasannya kepada Hino.

"Pada tahun 2003, kami melakukan perbandingan di seluruh bidang atas bus-bus buatan Jepang, Eropa, dan Brasil. Hasilnya menunjukkan bahwa Hino memiliki performa berkendara yang paling baik. Kami mengangut orang dengan bus-bus kami, jadi kenyamanan berkendara penting, dan Hino juga mendapatkan nilai yang tinggi di bidang ini." Tetapi, Pinzón terkesan lebih dari sekadar performa Hino, dengan mengatakan, "Hino juga nomor satu dalam layanan perawatan. Jika diperlukan pekerjaan perbaikan, waktu perbaikan Hino lebih singkat dibandingkan pesaing. Hino betul-betul meminimalkan waktu tak berfungsi kendaraan."

Mengakhiri wawancara, kami menanyakan Pinzón mengenai mimpiya bagi masa depan perusahaannya. "Kami adalah bisnis yang dioperasikan keluarga, jadi saya berharap suatu hari nanti putra saya akan mengambil alih kepemimpinan. Dan, saya berharap kami dapat memperluas operasi untuk membawa layanan bus kami ke luar negeri juga," ungkapnya.

Ekspor Sasis Bus Berlantai-Rendah Kelas-Berat Berawal di Taiwan

Kata "bus berlantai-rendah" mungkin cukup untuk membuat sebagian besar orang membayangkan kendaraan seperti itu. Meski sepertinya sudah jelas, bus berlantai-rendah adalah bus dengan struktur lantai yang sangat rendah sehingga transportasi yang menggunakan bus ini lebih mudah digunakan, khususnya bagi lanjia dan penumpang difabel. Hino memperkirakan bus ini semakin memiliki daya tarik lebih dan menyebar ke pasar-pasar di seluruh dunia karena masyarakat mencari cara memenuhi kebutuhan populasi yang menua serta menanggapi isu-isu lingkungan seperti mengurangi lalu lintas.

Pada tahun 2015, Hino mulai mengeksport sasis bus HS berlantai-ultra-rendah kelas-berat ke Taiwan. "Pemerintah Taiwan secara proaktif menganjurkan diperkenalkannya bus berlantai-rendah dari sudut pandang

menggalakkan bus bebas-halangan, yang lebih mudah digunakan. Dengan latar belakang seperti ini, berkembang suara-suara serupa dari pelanggan. Mereka mengetahui reputasi Hino dalam hal hemat bahan bakar, ketahanan, dan keunggulan secara umum termasuk pasokan suku cadang, dan mereka ingin kami memasok bus berlantai-rendah. Guna memenuhi kebutuhan ini, Hino pada tahun 2013 memutuskan untuk mengembangkan sebuah sasis bus berlantai-ultra-rendah model HS untuk pasar Taiwan. Dan setelah pengembangan selama dua tahun, kami dapat membawa sasis ini ke pasar," kata Manajer Divisi Pengembangan Produk Toru Kazama.

Sasis bus berlantai-ultra-rendah HS untuk pasar Taiwan dikembangkan berdasarkan pada filosofi "produk paling sesuai untuk pasar kawasan" agar dapat menanggapi secara fleksibel spesifikasi yang dituntut oleh setiap pelanggan dan kawasan. "Kami berusaha mengembangkan setiap bus



Hino dengan mengupayakan ciri khas Hino yaitu keandalan, daya tahan, dan kemudahan perawatan serta juga daya yang luar biasa, kemudahan pengemudian, keselamatan pengemaran, dan kenyamanan berkendara. Sasis ini menggunakan mesin J08E-VD, yang tercatat sukses di bus-bus RK/RN di Taiwan, sebagai dasarnya serta dengan tata letak intercooler dan pembersih udara yang dimodifikasi. Karakteristik penting lainnya adalah bus ini menggunakan gandar turun sebagai gandar belakang. Lebih jauh lagi, hal ini memungkinkan lantai rendah tanpa gelombang, sehingga diperoleh lantai yang datar dari depan hingga belakang bus dengan meletakkan tangki-tangki udara serta peralatan tambahan lainnya di sekeliling sasis," jelas Kazama. Kini, sasis HS Hino dioperasikan di Taiwan dalam bentuk bus jadi dengan karoseri bus buatan lokal.

"Sasis bus berlantai-ultra-rendah HS buatan Hino mendapat pujian besar berkat kerja keras semuanya. Kami menerima pesanan untuk memproduksi lebih banyak lagi unit sasis setiap tahun dibandingkan perkiraan awal kami, yaitu permasalahan yang kami terima dengan senang hati," kata Kazama. Keberhasilan inisiatif ini di Taiwan membawa pada rencana Hino untuk memproduksi dan menjual bus berlantai-rendah di berbagai pasar lain di seluruh dunia. Tidak lama lagi Anda akan dapat melihat bus-bus berlantai-rendah Hino mewujudkan transportasi yang ramah-penumpang di tempat Anda tinggal."



Toru Kazama
Manajer
Divisi Perencanaan Produk



Foto di atas memperlihatkan bagian dalam bus HS milik SinDian Bus.

Di bagian ini, kami mengangkat pengalaman seorang pemilik kendaraan Hino di Taiwan yang mengoperasikan bus-bus HS Hino yang menggunakan teknologi yang ditampilkan di artikel Teknologi Hino di halaman-halaman sebelumnya.

Hino berdedikasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

Taipei Bus didirikan pada tahun 1954 sebagai bagian dari Capital Bus Group. Daerah layanannya termasuk 89 rute di kawasan metropolitan Taipei dan empat rute ekspres jalan tol. Perusahaan ini kini memiliki 958 kendaraan yang beroperasi. Pada tahun 2012, Taipei Bus menjadi operator bus publik pertama di Taiwan yang memperoleh sertifikasi ISO 19001. Perusahaan ini juga diakui dengan 20 penghargaan secara berturut-turut dari pemerintah Kota Taipei untuk keunggulan layanannya.

Komisaris utama perusahaan merenungkan sejarah perusahaannya dengan Hino. "Hingga tahun 2009, Taipei Bus telah membeli lebih dari 3.000 unit bus Hino, karena kualitas kendaraan serta efisiensi bahan bakar yang luar biasa. Tetapi saat kebijakan pemerintah Taiwan menyerukan transportasi publik yang bebas-hambatan pada tahun 2009, kami tidak memiliki pilihan selain menggunakan bus-bus dari pabrikan Cina atau Korea karena Hino tidak membuat bus berlantai rendah pada saat itu."

Taipei Bus Company, Ltd. / Mr. Po-wen Lee, Komisaris



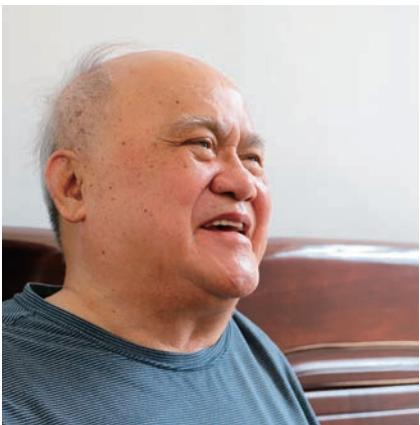
ia berbicara dengan bangga mengenai hubungannya dengan Hino. "Saat Hino akhirnya meluncurkan bus berlantai rendah pada tahun 2016, Taiwan menjadi negara pertama yang menggunakannya. Kami memutuskan untuk membeli bus HS berlantai rendah dengan pertimbangan pengalaman positif kami dengan kendaraan-kendaraan Hino di masa lalu. Sekarang ini sebanyak 82 unit bus HS tengah beroperasi, dan 61 unit lagi akan datang di paruh kedua tahun ini. Kami berencana memperluas cakupan bus berlantai rendah kami ke lebih banyak lagi rute di masa depan."

Saat diminta untuk mengevaluasi bus HS dan merek Hino, ia menjawab, "Hino memberikan perhatian khusus ke rancangan sasis. Bus HS dapat memaksimalkan luas lantai non-step, memberikan kenyamanan lebih bagi para penumpang. Dalam hal performa mesin, bus HS adalah satu-satunya bus berlantai rendah yang bebas SCR yang tersedia di Taiwan. Fitur-fitur ini secara signifikan mengurangi biaya operasi kami. Saya yakin Hino melakukan lebih dari sekedar membuat produk berkualitas tinggi - mereka juga berdedikasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dealer-dealer Hino juga merupakan mitra paling terpercaya Taipei Bus karena layanan kualitas nomor satu yang mereka sediakan. Langkah-langkah seperti ini menunjukkan itikad baik Hino dalam kesetiannya untuk kemitraan jangka-panjang dengan para pelanggan, dan kemitraan ini dibangun di atas kepercayaan. Saya menantikan untuk mengembangkan kemitraan ini dalam bentuk kenyamanan transportasi publik yang lebih baik bagi semua penumpang."



SinDian Bus Co., Ltd. / Mr. Chun-Hsiung Chang, Komisaris Utama Mr. Te-Wei Chou, Maintenance Manager

"Saya yakin kami membuat keputusan yang benar memilih kendaraan Hino."



Mr. Chun-Hsiung Chang



Mr. Te-Wei Chou

SinDian Bus mulai membeli kendaraan-kendaraan merek Hino dan menyediakan layanan transportasi publik di Taipei pada tahun 1980. "Kami sekarang mengoperasikan 304 unit bus yang melayani 12 rute di kawasan Greater Taipei, termasuk 37 unit bus berlantai rendah Hino, yang akan ditambah sebanyak 62 bus tahun ini."

"Armada bus kami terdiri dari 100% kendaraan Hino," ungkap Mr. Chang dengan bangga. Ia menceritakan kepada kami mengapa ia memilih Hino.

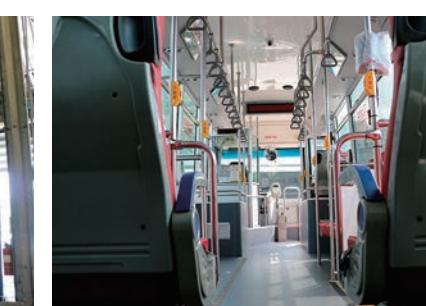
"Lebih dari 20 tahun lalu, kami memilih Hino menjadi satu-satunya merek bus untuk armada kami karena kualitasnya yang unggul. Saya sangat mengagumi manajemen perusahaan Jepang, khususnya pen-

gondalian mutu dari hulu ke hilir pabrik kendaraan Jepang. Jadi saya percaya kendaraan Hino telah membuktikan daya tahan dan keandalannya berdasarkan penggunaan selama bertahun-tahun. Saya yakin kendaraan yang baik pantas mendapatkan pengemudi yang baik. Kami memiliki komite independen yang bertanggung jawab untuk perekutan yang memastikan bahwa para pengemudi kami memiliki nilai-nilai yang sama. Proses pengangkutan khususnya sangat kompetitif. Kami biasanya mendapat 50 aplikasi untuk setiap lowongan meski secara umum terjadi kekurangan pengemudi dalam industri ini. Berkat kualitas karyawan kami dan kendaraan Hino, kami mengurangi biaya operasi dengan cara meminimalkan pekerjaan perawatan dengan staf minimum, tetapi tetap mempertahankan tingkat ketersediaan kendaraan yang sangat tinggi."

Mr. Chang memberi nilai tinggi kepada bus HS. "Saat pemerintah mulai menggalakkan penggunaan bus berlantai rendah pada tahun 2009 sebagai bagian dari kebijakan kesejahteraan sosialnya, saya percaya bahwa Hino akan segera menyediakan bus-bus berlantai rendah. Bus HS produksi pertama akhirnya masuk dalam armada kami pada tahun 2016. Bus HS Hino menjadikan jauh lebih mudah bagi penumpang untuk naik dan turun bus. Sasis bus ini juga dirancang untuk mengakomodasi daerah non-step yang lebih besar dibandingkan merek-merek lain. Fitur ini membantu kami memenuhi tanggung jawab sosial dengan meningkatkan aksesibilitas bagi penumpang lanjut usia dan difabel. Bagi para pengemudi, stabilitas meningkat karena bus HS dilengkapi dengan transmisi otomatis. Para pengemudi juga senang dengan kehalusan daya keluaran mesin, dan juga suaranya yang tenang."

Sebagai penutup, Mr. Chang merenungkan sejarahnya dengan Grup Hino. "Kami telah menciptakan hubungan berdasar kepercayaan yang kuat dengan Hotai Motor dan dealer-dealernya. Membangun kepercayaan semacam ini perlu waktu yang lama. Hino sangat mendukung dalam fase pengadaan kendaraan di samping menyediakan layanan purnajual yang efisien dan berkualitas tinggi.

Saya sangat yakin bahwa kami membuat keputusan yang tepat memilih kendaraan-kendaraan Hino, dan kami akan terus menggunakan kendaraan-kendaraan Hino di masa datang."



Hino Motors Memperingati 75 Tahun

Tahun ini Hino Motors memperingati 75 tahun pendiriannya. Sejak didirikan pada tanggal 1 Mei 1942, Hino selalu menjawab kebutuhan pelanggan dan kebutuhan zaman. Di sini kami memilih dan menyoroti beberapa topik serta tonggak dalam sejarah sepanjang 75 tahun ini. Hino tetap berkomitmen untuk bekerja tanpa henti guna terus memberikan kepada masyarakat serta pelanggan nilai yang mereka inginkan. Selalu nantikan hal-hal yang luar biasa dari Hino.

The History of Hino



Hino Heavy Industry Co., Ltd. didirikan



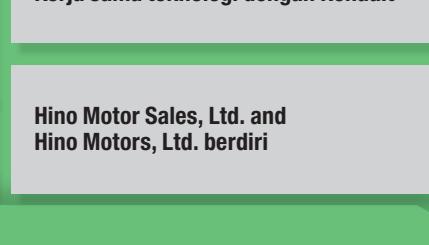
Bus truk trailer kelas berat diumumkan



Truk bermesin depan TH10 dirilis



Kerja sama teknologi dengan Renault



Hino Motor Sales, Ltd. and Hino Motors, Ltd. berdiri



Briska dan Contessa lahir



Bergabung dalam aliansi bisnis dengan Toyota Group

1940-an

1950-an

1960-an



Menjadi nomor satu dalam penjualan truk kelas menengah dan berat



Truk gardan-empat dan berlantai-rendah pertama di dunia, seri KS300, diluncurkan



Model ZY dan KY lahir



Memulai operasi bisnis di negara-negara Asia, termasuk Indonesia, Malaysia, dan Pakistan



Meluncurkan bus hibrida dieSEL-listrik pertama dunia



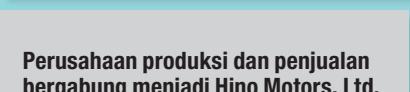
Berpartisipasi dan mencapai finis Reli Dakar untuk pertama kali



Menyapu bersih juara 1, 2, dan 3 Reli Paris-Dakar untuk kelas di bawah 10 liter



Memulai penjualan dalam negeri DUTRO (seri HINO 300)



Perusahaan produksi dan penjualan bergabung menjadi Hino Motors, Ltd.

1970-an

1980-an

1990-an



Penjualan unit di luar negeri lampau penjualan unit di Jepang untuk pertama kali



Penjualan unit kumulatif truk dan bus mencapai 3 juta



Meluncurkan kendaraan NAPS yang dirancang khusus untuk pasar Amerika Utara



Memasuki industri kendaraan tambang



Penjualan kumulatif truk dan bus hibrida mencapai 10.000 unit



Juara kelas di bawah 10 liter selama 8 kali berturut-turut, mencapai finis selama 26 tahun berturut-turut



Merancang ulang model truk kelas menengah dan berat di Jepang

2000-an

2010-

Permohonan Pengisian Angket HINO Cares

Kami sangat menantikan pendapat Anda agar isi majalah ini lebih baik lagi.

Berikan pendapat Anda untuk berpeluang menjadi satu dari 10 responden yang beruntung mendapatkan sebuah miniatur truk Hino atau sebuah topi Hino.

Silakan isi angket berikut.



Contoh hadiah

Hadiah dapat diubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Tim editor akan menentukan jenis hadiah.

- Beri tanda silang di satu kotak untuk setiap artikel.

Artikel	Pendapat Anda	Sangat baik atau sangat menarik	Baik atau menarik	Biasa saja	Buruk atau tidak menarik
Hino's Vision					
Owner's Voice (Filipina)					
Owner's Voice (Kolombia)					
Hino's Technology					
Owner's Voice (Taiwan)					
The History of Hino					

- Silakan foto/scan angket yang telah Anda isi dan kirim melalui email ke **marketing@hino.co.jp**
Harap pastikan tulisan di file dapat terbaca sebelum kirim.
- Harap juga sertakan informasi berikut dalam teks email Anda:
1. nama, 2. jenis kelamin, 3. nama perusahaan, 4. jabatan, 5. negara, 6. alamat kantor, 7. nomor telepon kantor, dan 8. hubungan dengan Hino [harap gunakan salah satu dari pilihan berikut: a) pelanggan, b) dealer, c) distributor, atau d) lainnya].
- Kami sangat berterima kasih jika Anda memberi tahu kami artikel favorit Anda di edisi ini beserta alasannya.

Terima kasih atas kerja sama Anda.

Harap kirimkan angket selambatnya 5 Januari 2018.



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan



To read HINO Cares magazines online,
scan this QR code using your smartphone or access
http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/