

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

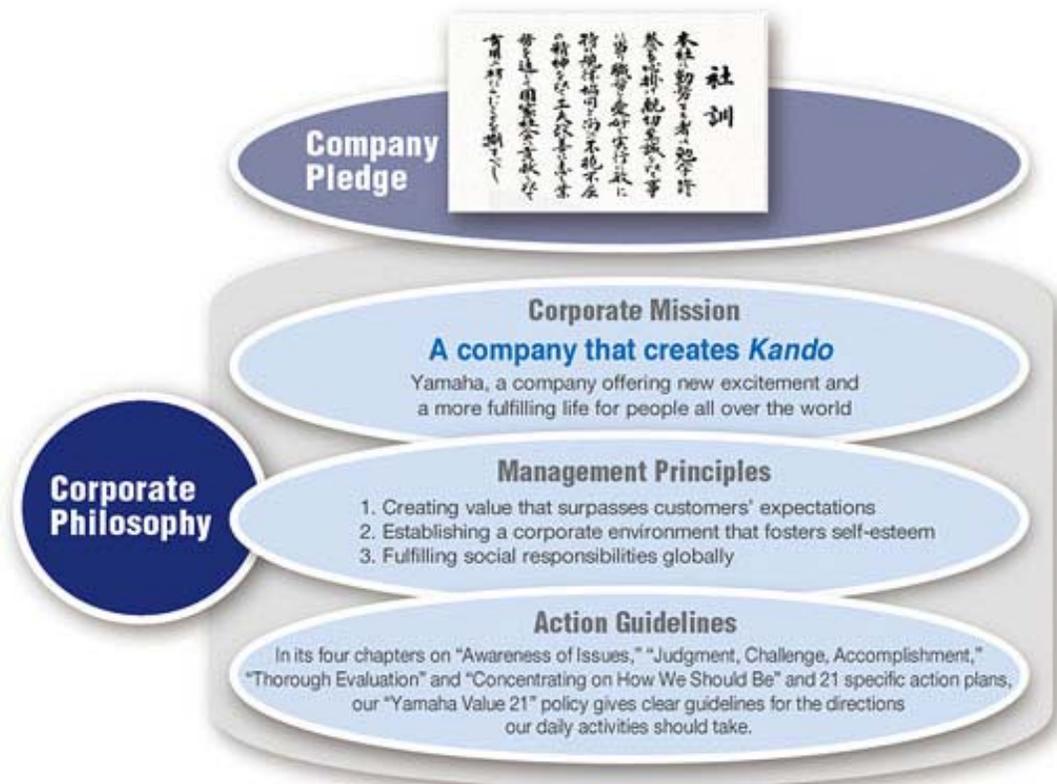
A. Sejarah Yamaha Motor di Indonesia

- Pada tahun 1971, Yamaha Motor Jepang mendirikan distributor resmi di Indonesia bekerjasama dengan konglomerat lokal dan memulai ekspor motor rakitan utuh dengan mesin 100cc dari Jepang dan menjualnya secara lokal.
- Pada Juli 1974, Yamaha motor mendirikan PT YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing).
- Pada tanggal 29 Agustus 2001 didirikan pabrik suku cadang di Indonesia yang dinamakan PT. Moric Indonesia. Pabrik itu mulai beroperasi pada Januari 2002 dan didirikan dengan modal lima juta dolar AS yang terdiri dari 80% oleh Moric Co.,Ltd dan 20 % oleh Yamaha Motor Asia Pte. Ltd. Perusahaan ini menyediakan dukungan finansial untuk semua perakitan dan manufacturing Yamaha di kawasan Asia Tenggara dan promosi perdagangan. Dengan memanfaatkan sejumlah fasilitas yang sudah ada di Indonesia, perusahaan itu akan memproduksi lampu dan suku cadang mesin untuk sepeda motor .
- Pada November 2004, Yamaha motor membuat pabrik manufacturing motor kedua di Karawang, Jawa Barat dengan nama PT. YMMWJ (Yamaha Motor Manufacturing West Java). Perusahaan ini didirikan dengan modal US\$14.7 juta dan merupakan anak perusahaan YIMM (Yamaha Indonesia

Motor Manufacturing). Pabrik ini memiliki luas total 300.000 m² dan area gedung 54.000 m² dengan kapasitas produksi 300.000 unit dan dimulai pada Januari 2006. Salah satu fitur yang menarik dari pabrik baru ini ialah pabrik yang khusus membuat motor tipe moped (bebek) dan mempunyai kemampuan untuk memproduksi moped dalam skala besar.

- Yamaha Motor di Indonesia sendiri dibagi menjadi beberapa perusahaan :
 1. YMKI (Yamaha Motor Kencana Indonesia) di Pulogadung Jakarta Timur, ditujukan untuk pemasaran motor saja.
 2. YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) di Pulogadung Jakarta Timur, ditujukan untuk perakitan dan produksi motor.
 3. YMMWJ (Yamaha Motor Manufacturing West Java) di Karawang Jawa Barat merupakan pabrik manufacturing kedua.
 4. Yamaha POD di Cibitung untuk spare parts motor.
 5. Yamaha Motor Electronic Indonesia untuk memproduksi alat- alat pengapian seperti CDI, stator dan rotor
 6. YMPMI (Yamaha Motor Parts Manufacturing Indonesia) di Kerawang memproduksi spare part motor.

B. Filosofi Perusahaan



Gambar III.1

Filosofi Perusahaan

Apa itu Kando ?

Kando merupakan kata yang berasal dari bahasa Jepang. Kando memiliki arti perasaan memuaskan yang terus menerus dan gairah kuat yang dirasakan ketika menghadapi suatu yang menarik.

C. Produk

1. Automatic



Gambar III.2

Mio

MIO

Harga : Rp. 10,960,000

Tipe Mesin : 4 langkah, SOHC 2-Klep
pendingin udara

Berat Kosong : 87 Kg

Kapasitas Tangki : 3,7 Liter



Gambar III.3

Mio Sporty

MIO SPORTY

Harga : Rp. 11,685,000

Tipe Mesin : 4 langkah, SOHC 2-Klep
pendingin udara

Berat Kosong : 87 Kg

Kapasitas Tangki : 3,7 Liter



Gambar III.4
Mio Soul

MIO SOUL

Harga : Rp. 12,600,000

Tipe Mesin : 4 langkah, SOHC 2-Klep
pendingin udara

Berat Kosong : 87 Kg

Kapasitas Tangki : 3,7 Liter

2. Moped / Bebek



Gambar III.5
Jupiter Z CW

JUPITER Z CW

Harga : Rp. 13,835,000

Tipe Mesin : 2P2, 4 Langkah, SOHC,
4 Klep (Berpendingin Udara)

Berat Kosong : 99 Kg

Kapasitas Tangki : 4,2 Liter



Gambar III.6
Jupiter Z

JUPITER Z

Harga : Rp. 13,060,000
Tipe Mesin : 4 langkah, SOHC
2-Klep pendingin udara
Berat Kosong : 98 Kg
Kapasitas Tangki : 4,2 Liter



Gambar III.7
New Vega-R DB

New VEGA-R DB

Harga : Rp. 11,300,000
Tipe Mesin : 4 Langkah Air Cooled, SOHC
Berat Kosong : 99 Kg
Kapasitas Tangki : 4,2 Liter



Gambar III.8
Jupiter MX135LC CW Auto Clutch

JUPITER MX135LC CW Auto Clutch

Harga : Rp. 14,950,000
Tipe Mesin : 4 Langkah, SOHC, 4 Klep
(Berpendingin Cairan)
Berat Kosong : 104 Kg
Kapasitas Tangki : 4 Liter



Gambar III.9
Jupiter MX 135LC

3. Sports



Gambar III.10
V-ixion

JUPITER MX 135LC

Harga : Rp. 14,285,000

Tipe Mesin : 4 langkah, SOHC 2-Klep
(Berpendingin Cairan)

Berat Kosong : 104 Kg

Kapasitas Tangki : 4 Liter

V-IXION

Harga : Rp. 19,100,000

Tipe Mesin : Liquid Cooled, 4T, SOHC

Berat Kosong : 114 Kg

Kapasitas Tangki : 12 Liter

SCORPIO-Z



Gambar III.11
Scorpio-Z

Harga : Rp. 19,385,000
Tipe Mesin : 4 langkah, SOHC pendingin udara
Berat Kosong : 125 Kg
Kapasitas Tangki : 13,5 Liter



Gambar III.12
RX King

RX KING

Harga : Rp. 16,500,000
Tipe Mesin : 2 Langkah, Air Cooled
Berat Kosong : 100 Kg
Kapasitas Tangki : 9,5 Liter

D. Strategi Experiential Marketing Yamaha

Strategi *experiential marketing* yang dilakukan oleh Yamaha meliputi beberapa hal, salah satunya adalah melalui event Yamaha Funtastic Female (YFF) yang terdiri dari tiga aktivitas, yakni Yamaha Ladies Day (servis, oli, dan busi gratis bagi wanita pemilik Mio yang datang ke dealer atau bengkel

resmi Yamaha), Yamaha Family Day Bazaar (bazar akbar yang menyediakan segala kebutuhan wanita dan mengundang Putri Indonesia), dan Yamaha Free BBM (kejutan di pom bensin berupa BBM gratis bagi wanita yang mengendarai sepeda motor Yamaha). Selain itu, pada *event* ini juga diadakan *test drive* ataupun pelatihan *safety riding* agar para peminat Mio dapat merasakan sendiri kenikmatan mengendarai motor Yamaha Mio.

Program yang berkaitan dengan strategi *experiential marketing* Yamaha Mio ini tidak hanya ditujukan untuk kaum wanita saja. Program Yamaha Fantastic Female ternyata juga banyak dihadiri oleh kaum pria, baik yang benar-benar merupakan penggemar Yamaha Mio maupun hanya sekedar mengantarkan kerabat mereka. Pada *event* inipun terdapat *games competition* yang memang sebenarnya ditujukan untuk pengunjung pria yang datang, karena tema *games competition* tersebut tidaklah jauh dari *games* balapan motor yang banyak digemari oleh pria. Selain itu, terdapat pula program April Mop Mio ketika membuat kejutan kreatif yang tak terlupakan bagi pelanggan Mio, baik pria maupun wanita yang sedang berulang tahun hingga membuatnya *surprised*, bahagia, dan terharu.

Kemudian, Yamaha pun memiliki *flagship store* di Jakarta, Semarang, dan Bandung. *Flagship store* ini hampir menyerupai showroom Harley Davidson, yang selain berfungsi dalam pelayanan sales, tempat ini merupakan ruang pameran beragam motor-motor produksi Yamaha dan juga berbagai *merchandise* Yamaha. *Flagship store* inipun menyediakan fasilitas *customer modification painting*, dimana

pelanggan dapat mengecat warna motor sesuai dengan keinginannya karena terdapat lebih dari 2000 jenis pilihan warna cat dan juga beragam motif yang dapat dikostumisasi. Fasilitas ini juga ternyata lebih banyak diminati oleh pria, karena memang lebih banyak pria yang memodifikasi motor Mio-nya agar lebih sesuai dengan kepribadiannya.

Adapun bagi konsumen yang belum pernah mengunjungi *flagship store* Yamaha ini, nuansa experiential marketing Yamaha dapat juga dirasakan di dealer-dealer besar Yamaha. Di sini pengunjung dapat melihat dan merasakan sendiri beragam varian motor Yamaha yang di-*display* sedemikian rupa sehingga menghasilkan visualisasi yang menarik bagi siapapun yang melihatnya. Untuk konsumen wanita, disediakan pula Mio Ladies yang merupakan instruktur wanita yang berperan dalam mengedukasi pasar mengenai cara mengemudi yang baik, benar, dan aman.