

## BAB II TINJAUAN UMUM YAMAHA DAN SHOWROOM

### 2.1. Sejarah Berdirinya Yamaha Corp ( Nippon Gakki )



Gambar 2.1 Torakusu Yamaha

Yamaha pertama kali didirikan pada tahun 1888 oleh Torakusu Yamaha dengan nama perusahaan *Nippon Gakki Co. Ltd.* Torakusu Yamaha lahir 20 April 1851 di Nagasaki, Jepang dan meninggal pada 8 Agustus 1916 di Hamamatsu, Jepang.

Ayah Torakusu Yamaha adalah seorang prajurit samurai untuk *Kii marga*, tapi Yamaha dibesarkan dengan pendidikan yang sangat liberal, bahkan ia belajar astronomi, dan teknik mesin. Pada usia 19 tahun ia membuka perusahaan pembuatan jam dan perbaikan, namun perusahaan itu gagal, dan setelah itu ia bekerja sebagai tukang memperbaiki alat-alat medis.

Pada suatu saat, sebuah sekolah di kota kecil Hamamatsu meminta Yamaha memperbaiki barang berharga milik sekolah itu berupa organ buatan Mason amerika dan Hamlin. Dari peristiwa inilah Yamaha belajar

tentang kerja interior instrumen, dan pada tahun 1887 dia mulai membuat organ sendiri di bawah panji YAMAHA FUKIN (Organ) MANUFACTURING COMPANY, dan sepuluh tahun kemudian usaha ini digabungkan dgn nama Nippon Gakki Co (Perusahaan Alat Musik Jepang).



Gambar 2.2 Pabrik pertama Yamaha di Hamamatsu, Jepang.



Gambar 2.3 Logo pertama perusahaan Nippon Gakki Co.



Gambar 2.4 Tipe piano pertama yang diproduksi oleh Nippon Gakki Co.

Nippon Gakki Co menggunakan garpu tala sebagai ciri khas perusahaan, karena garpu tala dipakai sebagai pengatur nada dasar pada alat musik. Pada tahun 1898 perusahaan ini menggunakan burung Phoenix China yang menggigit garpu tala sebagai trademark perusahaan. Logo tersebut dipakai untuk menunjukkan kualitas organ yang sangat baik, sesuai dengan tujuan pendiri Nippon Gakki Co. yang mempunyai visi untuk selalu menciptakan produk-produk yang berkualitas tinggi.

Setelah Yamaha melakukan perjalanan ke Amerika untuk belajar desain piano, Nippon Gakki piano tegak mulai membangun pada tahun 1900, dan memperkenalkan grand piano pertamanya pada tahun 1902. Setelah kematian yamaha pada tahun 1916, Nippon Gakki terkenal di dunia karena keyboard instrumennya.

Dalam dekade berikutnya, Nippon Gakki diversifikasi dalam pembuatan perahu, rumah elektronik, sirkuit terpadu, barang-barang olahraga, dan membuka *Yamaha Music School* pada tahun 1954. Karena itu banyak penggunaan jenis logo pada tiap bidangnya, namun masih menggunakan garpu tala sebagai ciri khas perusahaan. Dan pada tahun 1927, logo tiga garpu tala menjadi ciri dominan perusahaan.



Gambar 2.5 Tipe logo yang dipakai Yamaha Corp.

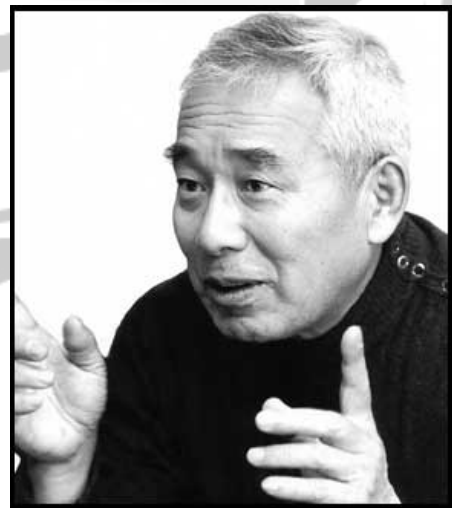
Yamaha Motor Company, sebuah perusahaan pembuat sepeda motor, didirikan sebagai anak perusahaan pada tahun 1955. Pada tahun 1987, untuk merayakan ulang tahun keseratus dan menghormati pendirinya, pusat bisnis itu kembali bernama Yamaha Corporation.



Gambar 2.6 Tipe logo standart yang dipergunakan Yamaha Corporation untuk setiap jenis barang produksinya.

## 2.2. Sejarah Berdirinya Yamaha Motor Corp.

Pada 1 Juni 1955, berdiri Yamaha Motor Corp. yang terpisah dari Yamaha Corp. namun masih tetap dalam satu grup. Yamaha Motor Corp. dipimpin oleh Genichi Kawakami, ia adalah anak pertama dari Kaichi Kawakami, Presiden generasi ketiga perusahaan instrument musik dan elektronik Nippon Gakki.



Gambar 2.7 Genichi Kawakami

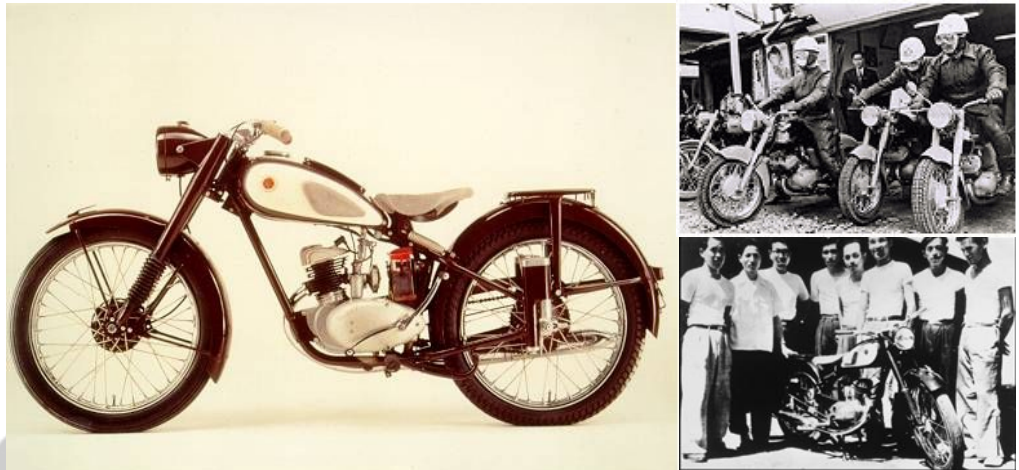
Genichi menyelesaikan studinya di Takachiho Higher Commercial School pada bulan maret 1934. Pada bulan juli 1937 beliau bergabung dengan Nippon Gaki, ia adalah keluarga kawakami generasi kedua yang bergabung dengan Nippon Gakki Company. Genichi dengan cepat meraih

posisi manager salah satu anak perusahaan yang bergerak di bidang instrument musik (Tenryu Factory), kemudian menjadi senior GM, dan berhasil meraih posisi presiden generasi keempat Nippon Gakki Company tahun 1950 pada usia muda (38 th).

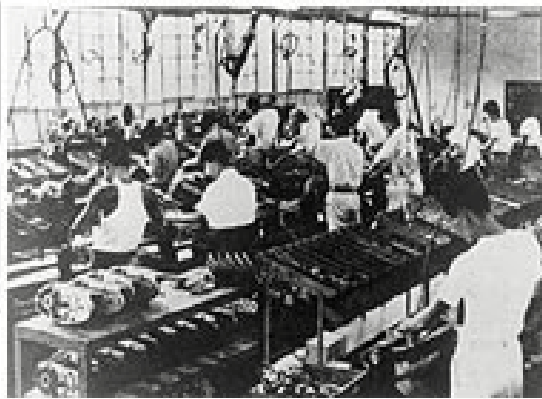
Pada tahun 1953, Genichi memaparkan, “saat perusahaan berjalan dengan baik, dan mempunyai kondisi keuangan yang baik, saya merasakan kebutuhan untuk mencari area bisnis yang selanjutnya. Oleh sebab itu Genichi melakukan riset dan mencoba memproduksi banyak produk, termasuk mesin jahit, sparepart mesin, sekuter, kendaraan multifungsi roda tiga, dan sepeda motor. Pasar dan faktor persaingan lah yang pada akhirnya membuat beliau berfokus pada pasar sepeda motor.

Sebelum memulai pembuatan sepeda motor untuk pertama kalinya, Genichi bersama tim ahlinya tetap melakukan riset-riset, serta kunjungan ke pabrik-pabrik sepeda motor. Genichi tidak ingin memiliki persiapan yang buruk pada saat memulai bisnis yang belum ia kenal dengan baik ini, jadi Genichi mengunjungi pabrik-pabrik sepeda motor di Jerman. Genichi membuat riset sebanyak mungkin untuk memastikan bahwa ia mampu memproduksi sepeda motor sebaik sepeda motor yang ada di pasar.

Dengan motto “*Saat anda mencoba membuat sesuatu, buatlah sebaik mungkin*”, tim pengembangan produk mengarahkan seluruh energinya ke dalam pembuatan prototype pertama dan lima bulan kemudian pada bulan agustus 1954, model pertama telah diselesaikan. Motor produksi pertamanya adalah single cylinder 2 stroke 125cc, dimana motor ini adalah copy dari DKW 125cc buatan Jerman. Motor 125cc ini dikenal sebagai YA1 alias Atakombo ( dikenal juga sebagai Red DragonFly ). Kendaraan ini dilengkapi *air-cooled*, 2-tak, mesin 125cc silinder tunggal. Setelah diselesaikan, kendaraan baru ini disertakan pada tes *endurance* 10,000km untuk memastikan bahwa kualitasnya adalah kualitas motor kelas atas. Hal ini adalah sebuah hasil awal dari apa yang saat ini menjadi sebuah tradisi kreatifitas Yamaha dan semangat yang tak pernah kering dalam menghadapi tantangan.



Gambar 2.8 Motor tipe YA 1



Gambar 2.9 suasana produksi awal Yamaha Motor.

Kemudian, pada  
 januari 1955, pabrik  
 Hamakita dari Nippon  
 Gakki dibangun dan  
 produksi dimulai pada  
 produk YA-1. Dengan  
 percaya diri, dan visi yang  
 baru, Yamaha Motor  
 diresmikan pada 1 Juli  
 1955. Memiliki 274  
 pegawai yang antusias,  
 pabrik sepeda motor baru  
 tersebut memiliki kapasitas  
 produksi sekitar 200  
 unit/bulan.

Produksi sepeda motor berikutnya menggunakan engine 175cc, dan pada tahun 1957 Yamaha Motor memproduksi *twin cylinder* YD-I yang sanggup mengeluarkan power 20 HP. Motor jenis ini pada waktu itu memenangkan race Mount Asama di Jepang, sehingga diproduksi sekitar 15.811 unit, pada masa itu jumlah ini masih dibawah Honda ataupun Suzuki.



Gambar 2.10 Motor Yamaha tipe YD-1 dan tim Yamaha pada saat race Mount Asama di Jepang.

Yamaha Motor berkembang dengan cukup pesat dan pada tahun 1959 mulai memproduksi motor sportz pertamanya yang dikenal sebagai YDS-I, dengan *5 speed gearbox*, tahun 1960 produksinya meningkat 6 kali lipat menjadi 138 ribu motor.

Setelah berakhirnya Perang Korea, perekonomian Amerika Serikat begitu pesat dan ini mendorong eksport Jepang khususnya motor ke Amerika Serikat. Kemudian tahun 1962 sudah mencapai 12 ribu unit. Demikian pula untuk tahun 1963, kurang lebih sebanyak 36 ribu unit dan puncaknya ditahun 1964, ekspornya mencapai 87 ribu unit. Tahun 1963 Yamaha membuat motor 250cc, *twin cylinder* dan *air cooled*. Sejak saat itu, Yamaha lumayan dikenal di seantero Jepang. Tahun 1965, produksi Yamaha sudah mencapai 244 ribu unit. dan peruntukannya 50:50 dimana sebagian untuk eksport sedangkan sebagian lainnya konsumsi dalam negeri.

### 2.3. Profil PT. Yamaha Motor Kencana sebagai produsen Motor Yamaha di Indonesia

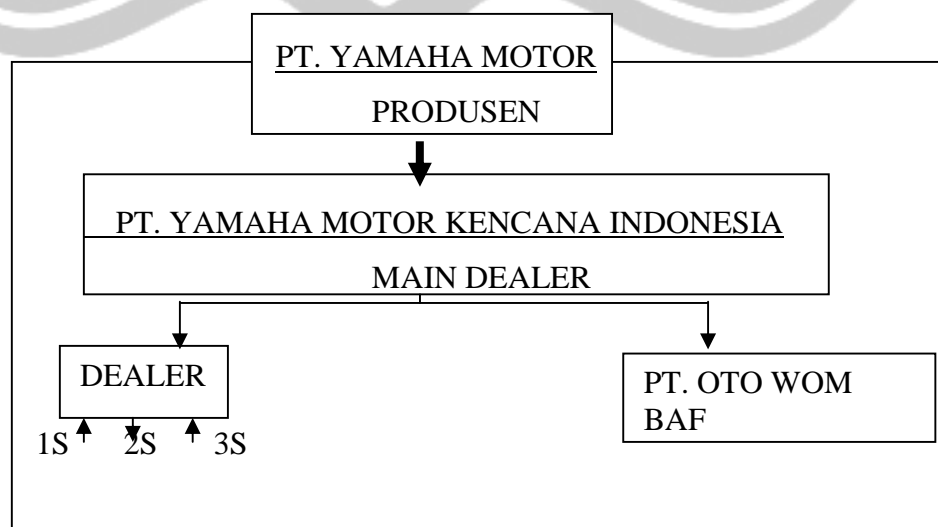
Pertumbuhan konsumen sepeda motor meningkat luar biasa. Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek pendatang baru, sepeda motor Yamaha yang sudah lama berada di

Indonesia, dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit, ekonomis dan terdepan. Menjawab tantangan tersebut organisasi yang berada di balik kesuksesan sepeda motor Yamaha di Indonesia terus memperkuat diri.

PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia merupakan sinergi keunggulan teknologi dan jaringan pemasaran di Indonesia, sebuah pengembangan kerja sama antara Yamaha Motor Corp, Jepang dan PT. Yamaha Indonesia Motor Mfg. Keunggulan teknologi Yamaha Motor diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun di lintasan balap. Yamaha pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin bandel, terdepan dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis. Yamaha juga berusaha mendukung aksi *global warming*, dengan tidak memproduksi lagi jenis kendaraan 2 tak.

PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang kebutuhan para pemakai sepeda motor di Indonesia, berkat jaringan pemasaran dan pengalamannya yang luas. Yamaha juga mampu memfasilitasi pembelian dan memberikan pelayanan purna jual sedemikian rupa sehingga Yamaha semakin unggul dan terdepan.

#### 2.4. Struktur Organisasi PT. Yamaha Motor





Keterangan:

- PT. Yamaha Motor sebagai produsen sepeda motor Yamaha (agen tunggal pemegang merk)
- PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia sebagai penyalur utama dan penjual sepeda motor Yamaha.
- Dealer sebagai penjual sepeda motor Yamaha, terdiri dari 1S, 2S dan 3S
- PT.OTO WOM BAF
- Sebagai anak perusahaan PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia yang bergerak di bisnis pembiayaan sepeda motor.

## 2.5. Jaringan Penjualan Motor Yamaha

PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia sebagai pemilik 50% saham PT. Yamaha Motor merupakan distributor tunggal sepeda motor Yamaha di Indonesia, memiliki jaringan sebagai berikut :

1. 1S yaitu jaringan yang menangani bagian penjualan sepeda motor Yamaha.

*Showroom* memiliki ciri khusus berupa logo 1S pada eksteriornya, motto *showroom* adalah selalu memberikan kepuasan bagi konsumen sepeda motor yamaha. Pada *showroom* resmi selalu disediakan koleksi lengkap sepeda motor Yamaha. Selain itu, informasi lengkap mengenai spesifikasi sepeda motor seperti: harga, pilihan kredit pembelian dan pembiayaan, pengurusan dokumen dan program garansi (*Warranty Extension Program*) bisa didapatkan di *showroom* yang terdaftar.

Showroom resmi senantiasa menjamin kualitas sepeda motor yamaha yang dijual dengan terlebih dahulu melakukan Pre Delivery Inspection (PDI) oleh mekanik handal Yamaha sebelum mengirim sepeda motor pilihan konsumen.

2. 2S yaitu jaringan yang menangani bagian pemeliharaan sepeda motor Yamaha.

Jaringan Pemeliharaan (2S) adalah bagian dari PT. Yamaha Motor yang salah satu tugasnya adalah sebagai layanan purna jual. Salah satunya adalah dengan menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (*Customer Satisfaction Index* NO. 1) yaitu dengan memberikan perbaikan dan pelayanan terbaik di bengkel resmi Yamaha.

Jumlah Yamaha pada akhir 2008 adalah ±1401 bengkel. Selain jumlahnya yang cukup banyak, letaknya juga tersebar di berbagai daerah di Indonesia yang dipilih sesuai dengan jumlah penyebaran sepeda motor Yamaha dan kebutuhan akan perlunya layanan purna jual yang baik. Jumlah Yamaha yang demikian banyak juga ditunjang dengan kualitas yang baik juga, yaitu melalui klasifikasi bintang, kemampuan mekanik yang handal, peralatan dan perlengkapan yang canggih (*factory look*) serta kesadaran akan pentingnya pemeliharaan lingkungan dengan tetap menjaga kebersihan dan kehijauan ruang kerja.

Hal lain yang bisa ditonjolkan adalah corporate identity yang bisa dilihat dari bentuk tampak dengan bengkel resmi memiliki ciri khusus berupa logo 2S pada eksteriornya serta dilengkapi no Yamaha sebagai identitas. Selain itu juga dilengkapi *front desk*, *piping* sistem, lantai dan dinding keramik, sistem pembuangan minyak pelumas dan sistem pembuangan udara.

Sebelum melakukan servis, jaringan 2S melakukan pemeriksaan, yaitu :

- *Servis Advisor* sebagai *front line people* tugasnya melakukan pemeriksaan awal, menerima keluhan konsumen serta menganalisis kerusakan. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kesalahan dalam servis.

- *Final Inspection* tugasnya melakukan pemeriksaan akhir dari servis yang telah dikerjakan. Hal ini dilakukan sebelum sepeda motor dibawa pulang oleh konsumen.

Di Indonesia jaringan 2S menyediakan pekerjaan pemeliharaan yang setara, pekerjaan ini meliputi:

a. *Quick Service*

Pekerjaan ini disebut juga sebagai servis ringan, pekerjaan dapat selesai dalam waktu 1 jam. Pekerjaan ini meliputi 20 poin servis, diantaranya adalah ganti oli, periksa rem, periksa air accu (aki), pembersihan karburator, dll.

b. *Light Repair*

Pekerjaan ini disebut juga sebagai servis sedang, lama pekerjaan yaitu 1 sampai 3 jam. Pekerjaan ini meliputi, antara lain : bongkar swing arm (stang/ kemudi), disklat (bongkar mesin), *wearharness* (kelistrikan kabel rangka).

c. *Heavy Repair*

Pekerjaan ini disebut juga sebagai servis berat, lama pekerjaan lebih dari 3 jam, namun juga bisa berhari-hari apabila menunggu suku cadang yang belum tersedia. Pekerjaan ini meliputi, antara lain : bongkar mesin, ganti *connecting root*, ganti *frame body* (rangka)

Selain itu, bengkel resmi Yamaha juga menerima claim pada bengkel resmi yang memiliki logo ACS (*Authorized Claim Service*). Claim ini terdiri dari 2 jenis, yaitu :

- Claim motor baru yang belum terjual, hal ini terjadi selama motor masih berada dalam jaringan penjualan.
- Claim motor yang sudah terjual, hal ini terjadi saat motor sudah berada di tangan konsumen. Claim ini merupakan bagian dari

garansi, yaitu garansi mesin selama 3 tahun dan garansi rangka dan kelistrikan selama 1 tahun.<sup>3></sup>

3. 3S yaitu jaringan yang menangani bagian penjualan suku cadang sepeda motor Yamaha.

3S merupakan jaringan layanan ketersediaan suku cadang sepeda motor Yamaha bagi para pemilik sepeda motor Yamaha. Produk suku cadang Yamaha yang dipasarkan oleh PT. Yamaha Motor, dimana suku cadang tersebut sama dengan komponen yang ada di setiap sepeda motor merek Yamaha. Sebagai suku cadang asli sepeda motor Yamaha, PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia menjamin kualitas produk.

Seiring dengan mulai dipasarkannya produk oleh Yamaha, para konsumen diharapkan dapat merasakan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki merk lain. Yamaha tidak merekomendasikan pengguna suku cadang merk lain yang tidak sesuai standar pabrikasi sepeda motor Yamaha. Bagi konsumen pengguna sepeda motor Yamaha dapat memperoleh dengan mudah di *Dealer* Yamaha (2S) dan *Dealer* Parts (3S)

## **2.6. Sejarah Club Yamaha di Indonesia**

*Club* ini awal mulanya terbentuk dari pertemuan antara beberapa pengendara Yamaha Tiara, 125Z dan Touch, yang bermula memilih tempat pertemuan di Taman Panglima Polim pada tanggal 18 Januari 2003 di Jakarta. Dengan keadaan hujan yang gerimis dan cuaca yang tidak bersahabat tidaklah membuat gentar para pencetus klub ini untuk tetap menghadiri pertemuan ini yang sebelumnya telah direncanakan dengan kontak. Pada pertemuan awal ini hanya dihadiri oleh 6 orang. Di pertemuan perdana ini munculah suatu ide untuk membuat suatu klub motor Yamaha yang terdiri dari 3 jenis motor yang berbeda. Yaitu Yamaha Tiara, 125Z dan Touch. Setelah mengadakan beberapa pertemuan yang kemudian diadakan di daerah Gelora Bung Karno

Senayan, anggota yang hadir sempat makin berkurang, sehingga membuat para anggota pesimis untuk mendirikan club ini. Tapi kami tetap mencoba untuk mengadakan pertemuan itu terus menerus. Setelah berusaha untuk mengadakan promosi untuk mengajak pengendara lainnya agar bergabung lewat beberapa tabloid, akhirnya anggota yang hadir semakin bertambah tiap minggunya. Dan kami kemudian memutuskan untuk lebih serius dalam membentuk klub ini dengan membuat struktur organisasi klub ini. Sehingga pada tanggal 1 Maret 2003 kami memutuskan untuk mengadakan rapat di Jl. Hidup Baru No.6 di daerah Radio Dalam, yang kini menjadi tempat sekretariat untuk memilih para pengurus pertama klub ini dan sekaligus meresmikan berdirinya club ini dengan nama Yamaha TZT Club. Sehingga Yamaha TZT Club ini resmi berdiri tepatnya pada hari Sabtu tanggal 1 Maret 2003 hingga sekarang. Dengan usianya yang masih sangat muda, klub ini diharapkan bisa menjadi *club* yang berdiri secara kokoh dan bertambah banyak anggotanya. Tidak menutup kemungkinan bahwa nantinya klub ini bisa berdiri juga di kota-kota lain selain di Jakarta.

## 2.7 Showroom

showroom adalah sebuah ruang besar yang digunakan untuk menampilkan produk yang dijual, seperti [mobil](#) , mebel, peralatan, karpet atau pakaian<sup>2</sup>.



Gambar 2.11 Wujud bangunan Showroom

<sup>2</sup> [www.Google](http://www.Google.Com). Com, 2010.

*Showroom* memiliki kesamaan konsep dengan bangunan yang digunakan sebagai tempat pameran.

#### Penggolongan Jenis Pameran *showroom*

Penggolongan tentang jenis pameran yang disediakan dapat ditentukan dengan berbagai dasar, yaitu :

- A. Berdasarkan dari sifat penyelenggaranya, terbagi atas :
- Pameran Tetap  
Pameran ini berlangsungnya relatif lama bisa berbulan-bulan (3-5 bulan ) bahkan tahunan dengan sistem penataan produk yang diatur dalam unit-unit *showroom*, *panel* dan *mock-up*.
  - Pameran Temporal  
Pameran ini waktu berlangsungnya relatif pendek (1-2 minggu) namun kadang sampai 4 minggu tergantung dari pihak swasta (sponsor) selaku panitia penyelenggara suatu *event* pameran.
- B. Berdasarkan dari pelaku atau pihak penyelenggara, terbagi atas :
- Pameran Tunggal  
Pameran yang hanya dilaksanakan hanya satu korporasi.
  - Pameran Bersama  
Pameran yang dilaksanakan secara kolektif dengan mengambil satu tema. Pameran ini biasanya dilakukan oleh anggota klub.
- C. Berdasarkan wilayah jangkauan seniman
- Pameran Lokal  
Pameran yang dilaksanakan oleh korporasi lokal.
  - Pameran Nasional  
Pameran yang dilaksanakan bersama seluruh korporasi Yamaha di Indonesia.
  - Pameran Internasional  
Pameran yang diikuti oleh seluruh korporasi Yamaha di dunia.

D. Berdasarkan dari bentuk/materi obyek yang dipamerkan, terbagi menjadi 2 macam yaitu :

- Dua dimensi (2D), bentuk obyek pameran yang hanya dapat dilihat dalam satu bidang (sisi) pameran dengan dimensi panjang dan lebar.
- Tiga dimensi (3D), bentuk obyek pameran dapat dilihat dari segala bidang dan arah dengan dimensi panjang, lebar dan tinggi.

E. Berdasarkan dari fasilitas yang disediakan, terbagi atas :

Ruang untuk pameran dapat berupa :

- Pameran Tetap
  1. *Showroom*, memiliki modul ruang yang bervariasi disesuaikan dengan obyek yang akan dipamerkan.
  2. *Panel Promotion*, memiliki unit ruang pameran / display terkecil.
  3. *Mock-Up*, mempunyai ruang yang digunakan untuk memamerkan obyek barang dengan teknik sampel / contoh satu ruang dalam yang dilengkapi dengan produk *spare part* dan memiliki skala yang sebenarnya.
- Pameran Temporal  
*Exhibition Hall* dan *Area Kavling Pameran*, penyediaan kapling-kapling pameran ini dengan modul yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tuntutan obyek pameran.

F. Berdasarkan dari tempat / area lokasi penyelenggaraan, terbagi atas :

- *Area Outdoor*, pameran dilakukan di luar bangunan atau ruang terbuka (*open space*).
- *Area Indoor*, pameran dilakukan di dalam ruangan bangunan.

G. Berdasarkan dari tata letak obyek yang dipamerkan, terbagi menjadi beberapa macam, yaitu :

- Digantung.
- Ditempelkan di dinding dan plafon.
- Diletakkan di lantai (*split level*).
- Sistem panel.
- Disangga (materi masif, rak/lemari, kotak kaca, dan lainnya)

