

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh industri otomotif di Indonesia yang berkembang pesat, hal ini berpengaruh juga pada perkembangan industri manufaktur komponen, bahan baku, dan bahan lain yang dibutuhkan dalam perakitan otomotif, baik mobil maupun motor. Semakin banyaknya perusahaan baru yang bermunculan akan memperketat persaingan dalam berbisnis, sehingga dibutuhkan suatu strategi jangka panjang agar perusahaan dapat bertahan dalam pasar bisnis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan *Agility Maturity Model* dengan semua staf dan lima manajer di PT. Xyz Indonesia sebagai responden survey . Dalam penelitian ini digunakan uji *credibility* (validitas internal) melalui triangulasi untuk menguji instrumen wawancara dan data survei.

Elemen yang digunakan di analisis faktor untuk menguji elemen yang spesifik untuk PT. Xyz Indonesia. Selanjutnya hasil data survei diolah dengan jumlah total terhadap masing-masing nilai Likert pertanyaan dipecah oleh pengelompokan kohor yang berbeda. Data mentah ini kemudian dimasukkan ke dalam *spreadsheet* pemodelan, yang mengubah jumlah Likert menjadi rata-rata dan *varians* per pertanyaan atau pengelompokan kohor, digunakan untuk menghasilkan *output* yang menunjukkan tingkat kematangan *agility* organisasi di seluruh organisasi. Hasil *output* akan menunjukkan skor dan kesenjangan untuk menunjukkan posisi kelincahan serta alternatif strategi terbaik untuk PT. Xyz Indonesia.

Kata kunci : Kelincahan, Prasyarat Kelincahan, Kelincahan Individu, Struktur Meningkatkan Kelincahan, Strategi.