

ABSTRAK

Saat ini, lingkungan bisnis berada dalam era industri 4.0, di mana transformasi digital dan perubahan teknologi mendasari seluruh aktivitas bisnis. Perusahaan yang berhasil menghadapi transformasi digital melalui pengintegrasian teknologi dan sumberdaya akan dapat menangkap peluang dan memiliki keunggulan tersendiri. Untuk itu, dalam menghadapi transformasi digital melalui *quality 4.0*, perusahaan perlu memiliki kesiapan dalam berbagai aspek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kesiapan organisasi dari PT Honda Indonesia dalam menghadapi *quality 4.0*. Faktor kesiapan organisasi ini terdiri atas dukungan dan komitmen dari top management, visi dan strategi *quality 4.0*, kepemimpinan, pelatihan dan reward, pengetahuan dan kesadaran atas *quality 4.0*, budaya organisasi, kesiapan pelanggan, serta kesiapan pemasok terhadap transformasi digital dengan *quality 4.0*.

Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah *dealer* PT Honda Indonesia yang ada di Provinsi Jawa Barat dan DKI Jakarta dengan jumlah 55 *dealer*. Adapun analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh dukungan dan komitmen manajemen puncak, visi dan strategi *quality 4.0*, kepemimpinan, pelatihan dan pemberian *reward*, budaya organisasi, pengetahuan dan kesadaran atas *quality 4.0*, kesiapan pelanggan, dan kesiapan pemasok terhadap transformasi digital *quality 4.0* pada PT Honda Indonesia.

Kata kunci: Transformasi Digital, Kesiapan Organisasi, *Quality 4.0*