



Mindshift
Innovation



Mindshift
Weekly Insight

October 8,
2025

Memangkas Silo: Penjualan, Pemasaran & Operasi Bergabung dalam Reset Strategis Microsoft



mindshift.id



[mindshift_id](https://www.instagram.com/mindshift_id)



Mindshift Innovation

Ketika Dinamika Bisnis Bergerak Lebih Cepat dari Struktur

Microsoft Announces Major Reorganization to Navigate 'Tectonic AI Platform Shift'

Published October 2, 2025 | Written by Liz Ticong

Microsoft is overhauling its business to speed AI growth by uniting sales, marketing, and operations under Judson Althoff to tighten execution and feedback.



Microsoft baru saja melakukan **“reset strategis” yang signifikan dengan menggabungkan tiga fungsi utamanya (penjualan, pemasaran, dan operasi)** ke dalam satu organisasi terpadu. Langkah restrukturisasi ini dilakukan di tengah gempuran revolusi AI yang disebut CEO Satya Nadella sebagai **“tectonic AI platform shift”**, yang menuntut perubahan cara kerja perusahaan. Nadella menekankan bahwa kesuksesan Microsoft ke depan bergantung pada kemampuan membantu pelanggan memadukan *human capital* dengan kapabilitas AI, sehingga Microsoft menjadi *“partner of choice”* atau mitra utama dalam transformasi AI. Di bawah kepemimpinan Nadella sejak 2014, Microsoft telah berulang kali menekankan pentingnya kolaborasi lintas divisi dan menghindari silo (sekat-sekat organisasi).

Microsoft CEO Satya Nadella shakes up his own job, taps veteran exec as CEO of commercial business

BY TODD BISHOP on Oct 1, 2025 at 8:18 am



Kali ini urgensi perubahan semakin tinggi. Transformasi digital yang dipacu AI menciptakan peluang besar, namun juga persaingan sengit. Para raksasa teknologi seperti Amazon dan Google, bahkan mitra Microsoft sendiri yaitu OpenAI, berlomba-lomba memimpin gelombang inovasi AI. Microsoft harus bergerak cepat agar tidak tertinggal.

Selain itu, perusahaan baru saja melewati periode penuh tantangan, mulai dari krisis keamanan siber hingga PHK karyawan di tengah investasi besar-besaran pada infrastruktur AI. Kombinasi faktor eksternal dan internal inilah yang mendorong Nadella untuk melakukan reset strategi dan struktur Microsoft secara menyeluruh.

Menggabungkan Penjualan, Pemasaran, dan Operasi – **Apa yang Berubah?**

Restrukturisasi ini ditandai dengan penunjukan Judson Althoff sebagai CEO baru untuk bisnis komersial Microsoft. Sebelumnya Althoff menjabat Chief Commercial Officer, kini ia diberikan peran yang diperluas untuk memimpin organisasi komersial terpadu tersebut. Artinya, Althoff akan memimpin satu tim terpadu yang mencakup fungsi penjualan, pemasaran, dan operasional, tiga domain yang sebelumnya berjalan secara terpisah. Perubahan struktur ini juga membebaskan Satya Nadella dari banyak urusan eksekusi bisnis sehari-hari, sehingga ia dapat lebih fokus pada agenda teknis jangka panjang perusahaan (seperti pengembangan AI, arsitektur sistem, dan ekspansi pusat data).

Satya Nadella, CEO Microsoft, berbicara pada sebuah acara perusahaan. Nadella mendorong perubahan struktur organisasi agar ia dan para pemimpin *engineering* dapat “laser focused” pada inovasi teknis, sementara operasional bisnis sehari-hari ditangani oleh tim komersial terpadu yang baru. Secara konkret, restrukturisasi ini membawa pergeseran garis pelaporan dan peran beberapa eksekutif kunci. Takeshi Numoto, Chief Marketing Officer (CMO), beserta tim pemasarannya kini bergabung ke dalam organisasi komersial di bawah Althoff. Meskipun demikian, Numoto tetap melapor langsung kepada Nadella untuk hal-hal strategis tertentu seperti model bisnis, perencanaan perusahaan, pemasaran konsumen, serta brand dan komunikasi korporat.

Melalui restrukturisasi ini, Judson Althoff tidak hanya memegang kendali atas penjualan, pemasaran, dan operasi, tetapi juga memimpin tim kepemimpinan komersial baru yang mencakup para pemimpin dari divisi *engineering*, *sales*, *marketing*, operasi, hingga keuangan. Tim lintas-fungsi ini bertanggung jawab bersama untuk strategi produk, kesiapan *go-to-market*, hingga eksekusi penjualan dengan disiplin tinggi. Dapat dikatakan, Althoff kini mengoordinasikan sebagian besar mesin pendapatan Microsoft; menurut laporan, divisi-divisi komersial yang kini berada di bawahnya mencakup sekitar 75% dari total pendapatan Microsoft di tahun fiskal 2025.



Judson Althoff

CEO of the Commercial Business at Microsoft

Memangkas Silo dan Alasan di Balik Integrasi

Upaya menggabungkan penjualan, pemasaran, dan operasi ini pada intinya bertujuan untuk **memangkas silo, yaitu sekat-sekat antar departemen** yang sering menghambat kolaborasi dan respons cepat terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam perusahaan besar, penjualan, pemasaran, dan operasional kerap berjalan pada jalur masing-masing. Tim pemasaran sibuk dengan kampanye dan citra merek, tim penjualan berusaha memenuhi target dengan pendekatan ke pelanggan, sementara tim operasi fokus pada penyampaian produk/jasa serta dukungan purna jual. Jika masing-masing beroperasi terisolasi, konsekuensinya adalah miskomunikasi, tujuan yang tidak selaras, hingga pengalaman pelanggan yang terfragmentasi.

Dengan menyatukan ketiga fungsi ini di bawah satu payung kepemimpinan, Microsoft ingin memastikan **seluruh rantai nilai, dari promosi hingga pengiriman layanan berjalan sinkron**. Penjualan dapat memberikan umpan balik langsung ke pemasaran mengenai apa yang dibutuhkan pelanggan di lapangan; pemasaran dapat menyesuaikan strategi berdasarkan kapasitas *delivery* dan masukan operasional; operasi dapat lebih proaktif menyiapkan layanan karena tahu persis janji apa yang dibuat oleh *sales* dan *marketing* kepada pelanggan. Nadella meyakini pendekatan ini akan mempercepat laju inovasi dan eksekusi Microsoft.

Selain itu, integrasi ini selaras dengan fokus Microsoft pada peluang bisnis baru di bidang AI. Banyak solusi AI bersifat kompleks dan memerlukan edukasi pasar (peran pemasaran), konsultasi dan penjualan solusi (peran *sales*), sekaligus implementasi serta dukungan teknis (peran operasi). Sinergi lintas fungsi diharapkan memperkuat posisi Microsoft sebagai mitra transformasi digital yang *end-to-end*. Seperti disampaikan Nadella, tujuan akhirnya adalah “mengukuhkan posisi kami sebagai mitra pilihan dalam transformasi AI pelanggan”.

Namun, tentu menyatukan organisasi sebesar Microsoft bukan tanpa tantangan. Setiap fungsi memiliki budaya, sistem, dan indikator kinerja berbeda. **Potensi gesekan bisa muncul ketika menyatukan tim dengan cara kerja yang sudah mapan**. Karyawan mungkin khawatir peran mereka tumpang tindih atau kehilangan otoritas. Althoff dan jajaran pimpinan barunya perlu memastikan bahwa integrasi ini benar-benar menghasilkan kolaborasi yang lebih baik, bukan sebaliknya. Kuncinya ada pada manajemen perubahan yang efektif.

Pendekatan Manajemen Perubahan: Implementasi **Kerangka ADKAR**

Melakukan perubahan besar dalam organisasi global seperti Microsoft memerlukan pendekatan *change management* yang terencana. Banyak kerangka manajemen perubahan yang dapat dijadikan acuan, di antaranya model perubahan ADKAR dari Prosci. Kerangka ini relevan untuk memastikan bahwa restrukturisasi yang dilakukan tidak hanya diumumkan, tetapi juga diadopsi dengan sukses oleh karyawan di seluruh tingkatan.

Model ADKAR menawarkan perspektif manajemen perubahan dari sisi individu dalam organisasi. ADKAR merupakan akronim dari lima elemen yang dibutuhkan untuk mencapai perubahan yang berhasil: *Awareness*, *Desire*, *Knowledge*, *Ability*, dan *Reinforcement*. Berikut gambaran implementasinya dalam kasus Microsoft:

- A** Pertama-tama karyawan harus memiliki *awareness* (kesadaran) mengapa penggabungan ini diperlukan dalam urgensi transformasi di era AI. Upaya Nadella mengartikulasikan alasan perubahan, bahwa ini krusial untuk masa depan perusahaan membantu membangun kesadaran ini.
- D** Kedua, karyawan perlu memiliki *desire* (keinginan) untuk mendukung dan terlibat dalam perubahan. Ini terbangun bila mereka mengerti manfaatnya bagi organisasi dan diri mereka, serta melihat komitmen penuh dari para pemimpin puncak. Penunjukan Althoff dan dukungan terbuka Nadella memberi sinyal kuat bahwa manajemen puncak serius dengan perubahan ini.
- K** Unsur ketiga, *knowledge* (pengetahuan), berarti karyawan dibekali informasi dan keterampilan tentang bagaimana cara bekerja dalam struktur baru. Microsoft mungkin perlu menyediakan panduan proses kerja lintas departemen, pelatihan alat kolaborasi baru, atau *workshop* agar tim *sales*, *marketing*, dan *operations* saling memahami fungsi masing-masing.
- A** Keempat adalah *ability* (kemampuan), yakni kapasitas menerapkan perubahan tersebut dalam praktik. Ini mencakup kemampuan para karyawan menjalankan peran barunya, kemampuan manajer memimpin tim lintas fungsi, hingga kemampuan sistem IT Microsoft mendukung alur kerja baru.
- R** Terakhir, *reinforcement* (penguatan) harus dilakukan untuk mempertahankan perubahan dalam jangka panjang. Misalnya dengan sistem apresiasi dan *reward* bagi tim yang berhasil berkolaborasi lintas silo, serta evaluasi berkelanjutan agar tidak ada yang kembali ke kebiasaan lama.

Restrukturisasi Microsoft yang menggabungkan penjualan, pemasaran, dan operasi di bawah satu payung komando merupakan langkah strategis berani untuk meningkatkan kelincahan dan sinergi perusahaan. **Dalam jangka pendek**, langkah ini **mendefrag organisasi yang sebelumnya terkotak-kotak**, sehingga keputusan bisnis dapat diambil lebih cepat dan selaras dari hulu ke hilir. **Dalam jangka panjang**, ini adalah **investasi pada budaya kolaboratif** yang dibutuhkan Microsoft untuk tetap kompetitif di era AI.

Akhir kata, transformasi ini mencerminkan pesan bahwa Microsoft tidak segan “mengubah dirinya” demi beradaptasi. “Ini bukan sekadar evolusi, ini adalah *reinventing*,” tulis Nadella kepada karyawannya. Dengan membawa semangat *reinvention* tersebut, Microsoft berupaya mematahkan silo-silo lama dan membangun organisasi yang lebih ramping, lincah, dan terintegrasi. Bila berhasil, reset strategis ini bukan hanya akan mengoptimalkan kinerja internal Microsoft, tapi juga memperkuat posisi perusahaan sebagai mitra terdepan bagi pelanggan dalam melakukan transformasi digital berbasis AI.

References

- GeekWire, 2025. Microsoft CEO Satya Nadella shakes up his own job, taps veteran exec as CEO of commercial business. Available at: <https://www.geekwire.com/2025/microsoft-ceo-satya-nadella-shakes-up-his-own-job-taps-veteran-exec-as-ceo-of-commercial-business/>
- Microsoft, 2025. Accelerating our commercial growth. The Official Microsoft Blog. Available at: <https://blogs.microsoft.com/blog/2025/10/01/accelerating-our-commercial-growth/>
- Majka, M., 2024. Facilitating Successful Change: A Comprehensive Guide to the ADKAR Model. ResearchGate. Published 4 June 2024. Available at: https://www.researchgate.net/publication/381280701_Facilitating_Successful_Change_A_Comprehensive_Guide_to_the_ADKAR_Model
- Reuters, 2025. Microsoft names CEO to run commercial business, Nadella to focus on tech. Available at: <https://www.reuters.com/sustainability/boards-policy-regulation/microsoft-names-ceo-run-commercial-business-nadella-focus-tech-2025-10-01/>
- TechRepublic, 2025. Microsoft announces major reorganization to navigate ‘tectonic AI platform shift’. Available at: <https://www.techrepublic.com/article/news-microsoft-restructures-commercial-business-to-speed-ai-growth/>



Discover more insights on
leadership, innovation, and change
management with **Mindshift Weekly
Insight** by Mindshift Innovation