

RINGKASAN BUKU

DESIGNED FOR DIGITAL

HOW TO ARCHITECT YOUR BUSINESS FOR SUSTAINED SUCCESS

JEANNE W. ROSS • CYNTHIA M. BEATH • MARTIN MOCKER

“Keberhasilan di ekonomi digital bukan hanya soal strategi, tetapi soal bagaimana perusahaan Anda dirancang.”

LIMA BUILDING BLOCKS TRANSFORMASI DIGITAL

Memahami pelanggan secara mendalam, lintas seluruh organisasi.



Membuka ekosistem, mempercepat inovasi bersama mitra.



Fondasi operasi yang andal, efisien, dan berbasis data yang terintegrasi.



Komponen digital yang dapat digunakan ulang untuk bergerak cepat.



Kejelasan tanggung jawab yang memberdayakan tim dan mendorong inovasi yang berkelanjutan.



MENDESAIN PERUSAHAAN YANG RESPONSIF, ANDAL, DAN TERUS MENCIPTAKAN NILAI PELANGGAN DI ERA DIGITAL.

OLEH:

RUDY C TARUMINGKENG

*Rudy C Tarumingkeng: Ringkasan buku: Designed for Digital — oleh
Jeanne W. Ross, Cynthia M. Beath, Martin Mocker (2021)*

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Professor of Management NUP: 9903252922

Professor Emeritus, IPB-University

Anggota MPR-RI, 1982-1987

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988, dan

Rektor, Kampus AGRO Manokwari sekarang Universitas Papua Manokwari

Coordinator, CIDA/DIKTI SFU Burnaby BC Canada 1988-1991

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Chairman, Board of Professors, IPB-University, Bogor (2005-2006)

AI - Data Analyst, dan Chairman, Academic Senate, IBM-ASMI, Jakarta 2024-

© RudyCT Academic Series

rudyc75@gmail.com

5 April 2026

Rudy C Tarumingkeng: Ringkasan buku: *Designed for Digital* — oleh Jeanne W. Ross, Cynthia M. Beath, Martin Mocker (2021)

RINGKASAN BUKU: DESIGNED FOR DIGITAL — OLEH JEANNE W. ROSS, CYNTHIA M. BEATH, MARTIN MOCKER (2021)

Ringkasan ini bersifat **substantif** dan berguna untuk pengajaran, diskusi kelas buku *Designed for Digital: How to Architect Your Business for Sustained Success* ditulis oleh Jeanne W. Ross, Cynthia M. Beath, dan Martin Mocker, diterbitkan oleh MIT Press, dan disusun dari riset sekitar lima tahun dengan contoh dari lebih dari 300 pemimpin bisnis dan lebih dari 30 organisasi, termasuk Amazon, BNY Mellon, DBS Bank, LEGO, Philips, Schneider Electric, USAA, dan Toyota. ([Google Books](#))

Pokok pikiran buku ini sangat jelas: banyak perusahaan telah **mengadopsi teknologi digital**, tetapi sangat sedikit yang benar-benar **dirancang untuk menjadi digital**. Menurut para penulis, memasang cloud, mobile apps, internet of things, atau artificial intelligence belum otomatis membuat organisasi siap bersaing di ekonomi digital. Yang menentukan bukan semata strategi di atas kertas, melainkan **desain bisnis** yang menyelaraskan manusia, proses, data, dan teknologi agar organisasi bisa terus-menerus menghasilkan solusi pelanggan baru dan menyesuaikan diri dengan perubahan. Bahkan mereka menegaskan bahwa dalam ekonomi digital, **desain digital, bukan strategi semata**, yang membedakan pemenang dari yang tertinggal. ([Google Books](#))

Salah satu kontribusi konseptual terpenting buku ini adalah penjelasan tentang **dua transformasi bisnis yang harus terjadi secara bersamaan**. Perusahaan mapan, menurut Ross dan rekan-rekannya, bukan hanya harus menjadi lebih **digitized**—yakni memakai teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, standardisasi, dan keandalan proses—tetapi juga harus menjadi lebih **digital**, yaitu menciptakan penawaran baru yang lahir dari pertemuan antara apa yang dimungkinkan teknologi digital dan apa yang benar-benar bersedia dibayar oleh pelanggan. Jadi, transformasi digital bukan hanya proyek internal untuk merapikan proses, melainkan juga proyek eksternal untuk membangun proposisi nilai baru. (cisr.mit.edu)

Dari titik ini, buku tersebut membangun kerangka utamanya melalui **lima building blocks**. Yang pertama adalah **shared customer insights**. Gagasan ini menekankan bahwa perusahaan digital tidak boleh membiarkan data pelanggan tersebar dan terkurung dalam silo fungsi atau unit bisnis. Organisasi membutuhkan pemahaman pelanggan yang dibagikan bersama lintas unit agar setiap fungsi—operasi, pemasaran, layanan, pengembangan produk—berangkat dari gambaran yang sama tentang kebutuhan, perilaku, dan perjalanan pelanggan. Dalam pembacaan manajerial, ini berarti digital transformation dimulai bukan dari aplikasi, tetapi dari kemampuan organisasi untuk membangun “satu sumber kebenaran” tentang pelanggannya. ([Google Books](https://books.google.com/books))

Building block kedua adalah **operational backbone**. Ini adalah fondasi proses dan data yang andal, terstandar, aman, dan dapat diakses lintas organisasi. Para penulis memperlakukan operational backbone sebagai prasyarat, bukan tujuan akhir. Tanpa fondasi operasional yang rapi, perusahaan sulit bergerak cepat karena setiap inovasi digital akan berbenturan dengan proses yang terfragmentasi, data yang tidak konsisten, dan sistem yang tidak saling berbicara. Dalam bahasa sederhana, operational backbone membuat organisasi cukup stabil untuk bisa menjadi lincah. Ia bukan lawan dari inovasi, melainkan landasan agar inovasi tidak kacau. ([Google Books](https://books.google.com/books))

Building block ketiga adalah **digital platform**. Di sini perusahaan mulai bergerak dari integrasi internal menuju kemampuan membangun komponen digital yang bisa dipakai ulang, dihubungkan, dan dikembangkan dengan cepat. Platform digital memungkinkan organisasi mempercepat eksperimen, memperluas layanan, dan menghubungkan berbagai bagian penawaran pelanggan dengan lebih luwes. Ini sangat penting karena buku ini menolak pandangan bahwa transformasi digital cukup diwujudkan melalui proyek-proyek aplikasi yang berdiri sendiri. Sebaliknya, perusahaan perlu membangun kapabilitas yang reusable, modular, dan siap dikembangkan terus-menerus. ([Google Books](#))

Building block keempat adalah **accountability framework**. Ini salah satu aspek yang sering diabaikan dalam pembicaraan populer tentang digital transformation. Ross, Beath, dan Mocker menegaskan bahwa perusahaan tidak akan menjadi digital hanya dengan teknologi; ia juga membutuhkan kejelasan tentang **siapa bertanggung jawab atas apa**, bagaimana keputusan dibuat, bagaimana prioritas ditetapkan, dan bagaimana unit-unit yang berbeda bekerja ke arah tujuan pelanggan yang sama. Karena itu, akuntabilitas bukan sekadar kontrol birokratis, tetapi mekanisme agar kecepatan digital tidak menghasilkan kekacauan organisasional. Dalam konteks manajemen, bagian ini sangat penting karena mengingatkan bahwa agility tanpa kejelasan tanggung jawab justru melahirkan ketidakteraturan. ([Google Books](#))

Building block kelima adalah **external developer platform**. Ini adalah tahap ketika perusahaan tidak lagi hanya mengandalkan inovasi internal, tetapi mulai membuka kapabilitas tertentu kepada mitra, pengembang, atau ekosistem yang lebih luas. Dengan cara ini, perusahaan dapat mempercepat inovasi, memperluas jangkauan penawarannya, dan membiarkan pihak luar ikut menciptakan nilai di atas fondasi yang dibangunnya. Secara strategis, ini berarti perusahaan berhenti melihat dirinya sebagai sistem tertutup, lalu mulai bertindak sebagai orchestrator ekosistem. Bagi banyak organisasi mapan, inilah lompatan yang paling

sulit, karena menuntut keberanian membuka diri sekaligus kedewasaan arsitektur internal. ([Google Books](#))

Setelah lima building blocks itu, buku ini bergerak ke pertanyaan implementasi: **bagaimana menyusun roadmap transformasi**. Di sinilah Ross dan rekan-rekannya menekankan bahwa strategi di era digital harus bersifat **fluid**, karena teknologi dan preferensi pelanggan berubah cepat. Mereka juga menegaskan bahwa banyak pemimpin terlalu bergantung pada **organizational structure** untuk mengeksekusi strategi, padahal struktur sering justru menghambat respons cepat terhadap peluang baru. Karena itu, perusahaan perlu didesain agar **responsive**, bukan hanya rapi secara bagan. MIT CISR bahkan merangkum gagasan ini dengan kalimat yang sangat kuat: Anda mungkin merasa telah “mendesain” bisnis Anda, padahal sering kali yang sebenarnya Anda lakukan hanyalah “menstrukturkannya.” ([Google Books](#))

Buku ini juga sangat kuat karena berangkat dari organisasi mapan, bukan hanya startup digital. Ia menjawab pertanyaan yang sering muncul di kelas manajemen: bagaimana perusahaan besar yang “tua,” kompleks, dan penuh warisan sistem dapat bertransformasi tanpa kehilangan keandalan bisnis intinya? Kasus **Royal Philips** sangat penting di sini. MIT CISR menggambarkan Philips sebagai contoh perusahaan yang menjalankan dua transformasi sekaligus—menjadi lebih digitized dan lebih digital—dan bahwa upaya itu berkontribusi pada turnaround finansial perusahaan. Pesan implisitnya jelas: transformasi digital yang baik bukan pemberontakan melawan bisnis inti, tetapi pembaruan arsitektur perusahaan agar bisnis inti dan inovasi digital bisa tumbuh bersama. (cistr.mit.edu)

Secara keseluruhan, *Designed for Digital* adalah buku tentang **arsitektur organisasi**, bukan sekadar tentang teknologi. Ia mengajarkan bahwa keberhasilan digital tidak ditentukan oleh seberapa banyak proyek teknologi diluncurkan, tetapi oleh seberapa baik perusahaan menyusun

Rudy C Tarumíngkeng: Ringkasan buku: *Designed for Digital* — oleh Jeanne W. Ross, Cynthia M. Beath, Martin Mocker (2021)

fondasi data, proses, platform, tanggung jawab, dan ekosistem untuk terus-menerus menciptakan nilai pelanggan baru. Dalam bahasa yang lebih akademik, buku ini menggeser fokus dari “digital strategy” ke **digital business design**. Itulah sebabnya buku ini sangat relevan bagi pengajaran manajemen strategik, sistem informasi manajemen, transformasi organisasi, inovasi, dan kepemimpinan di era AI. ([Google Books](#))

Tentu. Berikut saya lanjutkan dengan **versi yang lebih rinci per bab**, lalu **Glosarium** dan **Referensi APA 7** untuk *Designed for Digital: How to Architect Your Business for Sustained Success*. Saya susun ini sebagai **ringkasan analitis berbasis struktur resmi buku** dan materi pendamping MIT CISR/MIT Sloan, sehingga paling tepat dipakai sebagai bahan ajar, pengantar makalah, atau kerangka diskusi kelas. Struktur resminya memuat **8 bab utama** serta **2 lampiran**, dengan fokus pada lima building blocks transformasi digital: *shared customer insights*, *operational backbone*, *digital platform*, *accountability framework*, dan *external developer platform*. ([Google Books](#))

Ringkasan lebih rinci per bab

Bab 1 — *Digital Business Design*

Bab pembuka tampaknya berfungsi sebagai fondasi konseptual buku: perusahaan mapan sering sudah **mengadopsi teknologi digital**, tetapi belum **dirancang untuk menjadi digital**. Ross, Beath, dan Mocker menegaskan bahwa dalam ekonomi digital, strategi harus makin cair karena kemampuan teknologi dan keinginan pelanggan berubah cepat.

Akibatnya, **business design** menjadi tanggung jawab manajemen yang sangat penting, sementara struktur organisasi tradisional justru sering menghambat agility. Gagasan sentral bab ini adalah bahwa pemenang ekonomi digital dibedakan bukan hanya oleh strategi, tetapi oleh kemampuan menyelaraskan manusia, proses, data, dan teknologi untuk terus menciptakan solusi pelanggan baru. ([Google Books](#))

Dalam bahasa manajemen, bab ini kemungkinan besar ingin memindahkan perhatian pembaca dari “apa strategi kita?” ke “apakah organisasi kita benar-benar didesain agar bisa mengeksekusi strategi yang berubah cepat?” Materi MIT CISR yang melatari buku ini menegaskan bahwa perusahaan yang ingin responsif membutuhkan dua fondasi besar: **operational backbone** untuk keandalan operasi dan **digital services platform** untuk inovasi cepat. Dengan demikian, desain bisnis digital bukan proyek kosmetik, melainkan redesain kemampuan organisasi. ([MIT CISR](#))

Bab 2 — *Building Shared Customer Insights*

Bab kedua berpusat pada gagasan bahwa transformasi digital harus dimulai dari **pemahaman pelanggan yang dibagikan lintas organisasi**, bukan dari daftar teknologi. MIT Sloan mendefinisikan *shared customer insights* sebagai pengetahuan organisasi tentang jenis penawaran digital yang diinginkan pelanggan dan yang bersedia mereka bayar. Ross juga menekankan bahwa pengetahuan ini tidak lahir dari survei sekali jadi, melainkan dari akumulasi eksperimen, inovasi, dan pengujian yang terus-menerus. ([MIT Sloan](#))

Secara analitis, bab ini kemungkinan menegaskan bahwa data pelanggan tidak cukup bila tetap terkurung dalam silo fungsi. Nilai digital baru muncul saat perusahaan membangun reservoir pengetahuan bersama tentang masalah pelanggan dan kemungkinan solusi. Contoh GE Predix yang disebut MIT Sloan menunjukkan risiko ketika perusahaan punya ide teknologi yang kuat tetapi lemah dalam memahami apa yang sungguh diinginkan pelanggan dan mau dibayar oleh pasar. Bagi pengajaran

manajemen, pesan bab ini sangat penting: inovasi digital yang baik dimulai dari **customer-value discovery**, bukan dari euforia teknologi. ([MIT Sloan](#))

Bab 3 — *Building an Operational Backbone*

Bab ini membahas fondasi operasional yang membuat perusahaan cukup stabil untuk menjadi lincah. MIT Sloan dan MIT CISR mendefinisikan **operational backbone** sebagai sekumpulan sistem, proses, dan data yang terintegrasi dan dibagikan bersama untuk menjamin efisiensi, reliabilitas, transparansi, kualitas, dan prediktabilitas operasi inti. Komponennya lazim mencakup ERP, CRM, layanan bersama back-office, dan *single source of truth* untuk data penting. ([MIT Sloan](#))

Bab ini kemungkinan menolak anggapan bahwa backbone operasional adalah sesuatu yang kuno atau antitesis dari inovasi. Justru sebaliknya, tanpa fondasi operasional yang kuat, pimpinan akan terus tersita untuk menjalankan proses inti dan tidak punya ruang untuk membangun serta mengomersialkan penawaran digital baru. Riset MIT CISR bahkan menyebut operational backbone sebagai *table stakes* bagi strategi digital. Dalam arti ini, bab ini mengajarkan paradoks penting: **untuk bergerak cepat secara digital, organisasi harus lebih dulu sangat rapi pada lapisan operasional dasarnya**. ([MIT Sloan](#))

Bab 4 — *Building a Digital Platform*

Bab ini membawa pembaca dari integrasi internal menuju kemampuan inovasi yang bisa dipercepat dan dipakai ulang. MIT Sloan mendefinisikan **digital platform** sebagai repositori komponen bisnis, teknologi, dan data yang memungkinkan pengembangan cepat penawaran baru maupun peningkatan layanan lama. Platform ini memungkinkan perusahaan merakit dan menggunakan ulang komponen untuk personalisasi serta eksperimen lintas kebutuhan pelanggan. ([MIT Sloan](#))

Secara substantif, bab ini kemungkinan besar menekankan bahwa tanpa platform, perusahaan akan mengulangi kesalahan warisan TI lama: membangun silo-silo baru untuk setiap produk digital. Itu sebabnya

platform bukan sekadar “sistem baru,” melainkan **arsitektur reusable**. Materi MIT CISR sebelumnya juga menyebut pasangan operational backbone dan digital services platform sebagai dua fondasi yang saling melengkapi: yang satu menjaga operational excellence, yang lain memungkinkan speed and innovation. ([MIT Sloan](#))

Bab 5 — *Building an Accountability Framework*

Bab kelima menyoroti aspek yang sangat organisasional: **siapa bertanggung jawab atas apa** ketika bisnis mulai dibangun dari komponen digital yang berkembang cepat. MIT Sloan menjelaskan *accountability framework* sebagai kepemilikan yang jelas dan koordinasi yang rapi atas kumpulan penawaran serta komponen digital yang makin banyak. Ross menegaskan perlunya tim-tim yang diberdayakan untuk memiliki komponen tertentu dan terus memperbaikinya. ([MIT Sloan](#))

Dalam pembacaan manajerial, bab ini kemungkinan menggeser logika akuntabilitas dari fungsi, produk, atau geografi menuju **kepemilikan atas komponen dan kapabilitas**. Ini penting karena model hierarkis klasik cenderung memperlambat inovasi digital. Jadi, bab ini tidak sedang mempromosikan ketiadaan kontrol, melainkan kontrol yang lebih sesuai dengan organisasi berbasis komponen: otonomi tim, kejelasan pemilik, dan koordinasi lintas batas. Untuk kelas manajemen, ini bisa dikaitkan langsung dengan agile governance, ambidexterity, dan desain organisasi modern. ([MIT Sloan](#))

Bab 6 — *Building an External Developer Platform*

Bab keenam membahas tahap yang lebih maju: perusahaan bukan hanya membangun platform internal, tetapi membuka sebagian kapabilitasnya kepada ekosistem. MIT Sloan mendefinisikan **external developer platform** sebagai platform digital yang memungkinkan mitra berkontribusi pada dan menggunakan komponen digital perusahaan. Ross bahkan secara eksplisit mengingatkan agar perusahaan **tidak memulai terlalu cepat** dari sini;

empat building blocks sebelumnya harus cukup matang lebih dahulu. ([MIT Sloan](#))

Bab ini kemungkinan menunjukkan bahwa ketika pelanggan mulai menyukai penawaran digital, kebutuhan mereka akan terus bertambah, dan perusahaan akan membutuhkan mitra untuk melengkapi solusi end-to-end. Dalam bahasa strategi, organisasi bergerak dari pencipta nilai tunggal menjadi **orchestrator ekosistem**. Namun buku ini juga tampaknya berhati-hati: external developer platform bukan simbol kemodernan yang harus dikejar lebih dulu, melainkan hasil dari kematangan kapabilitas internal. ([MIT Sloan](#))

Bab 7 — *Developing a Roadmap for Your Digital Transformation*

Bab ini membahas sequencing. MIT Sloan menegaskan bahwa lima building blocks itu **tidak datang dengan assembly instructions**; tidak ada satu urutan universal untuk semua organisasi. Namun, dari perusahaan yang telah cukup maju, Ross dan tim menemukan dua titik awal yang sering menonjol: **operational backbone** dan **shared customer insights**. Mereka juga memperingatkan agar perusahaan tidak tergesa-gesa membangun platform ambisius tanpa dua fondasi tersebut. ([MIT Sloan](#))

Kemungkinan besar, bab ini ingin menanamkan disiplin transformasi: mulai dari apa yang paling dibutuhkan untuk membangun kepercayaan organisasi, sambil melindungi bottom line perusahaan yang masih ditopang bisnis inti. Ross secara terbuka menyebut kemajuan akan terasa lambat, tetapi lebih aman dan lebih realistis bila pembangunan platform dilakukan bertahap mengikuti pembelajaran dari backbone dan customer insights. Bagi pengajaran, bab ini sangat berguna untuk menekankan bahwa digital transformation adalah **perjalanan kapabilitas**, bukan proyek besar yang selesai sekali jalan. ([MIT Sloan](#))

Bab 8 — *Designing Your Company for Digital*

Bab penutup tampaknya menyatukan seluruh building blocks menjadi kerangka desain organisasi digital. MIT CISR merangkum gagasan utama

buku dengan kalimat bahwa di perusahaan yang benar-benar designed for digital, manusia, proses, data, dan teknologi disinkronkan untuk mengidentifikasi serta menyerahkan solusi pelanggan yang inovatif—dan dengan itu mendefinisikan ulang strategi. Ini berarti desain organisasi, bukan struktur formal semata, menjadi pusat keunggulan bersaing. ([MIT CISR](#))

Secara analitis, bab ini sangat mungkin menutup dengan pesan bahwa transformasi digital yang berkelanjutan membutuhkan perusahaan yang **responsif**, bukan hanya efisien. Materi MIT CISR sebelumnya menyebut dua backbone—operational backbone dan digital services platform—sebagai cara tercepat untuk memperkenalkan inovasi digital tanpa merusak kapabilitas perusahaan. Maka bab terakhir ini dapat dibaca sebagai sintesis: perusahaan digital yang berhasil adalah perusahaan yang mampu menyeimbangkan keandalan operasi dengan kecepatan inovasi, dan keduanya dijahit oleh desain akuntabilitas serta pemahaman pelanggan yang kuat. ([MIT CISR](#))

Lampiran

Appendix 1 — *Committing to an Operating Model to Build an Operational Backbone*

Dari judul resminya, lampiran pertama jelas bersifat praktis: membantu organisasi berkomitmen pada **operating model** yang tepat agar pembangunan operational backbone tidak berhenti sebagai proyek teknologi. Mengingat operational backbone menyentuh standarisasi proses, integrasi data, dan transparansi transaksi, lampiran ini kemungkinan besar membantu pembaca menerjemahkan konsep besar ke keputusan desain operasional yang konkret. ([Barnes & Noble](#))

Appendix 2 — *Assessing Your Building Blocks for Digital Transformation*

Lampiran kedua tampaknya berfungsi sebagai alat diagnosis. Dari judul dan deskripsi publik, bagian ini dipakai untuk menilai kematangan

organisasi pada masing-masing building block. Dalam praktik pengajaran, lampiran ini sangat berguna karena dapat dijadikan instrumen refleksi: apakah organisasi sudah punya backbone yang kuat, customer insights yang dibagikan, platform reusable, akuntabilitas yang pas, dan kesiapan ekosistem. ([Barnes & Noble](#))

Glosarium

Digital business design

Pendekatan yang menempatkan desain bisnis—bukan sekadar strategi atau struktur—sebagai inti kemampuan bersaing di ekonomi digital. ([MIT CISR](#))

Shared customer insights

Pengetahuan organisasi tentang kebutuhan pelanggan dan penawaran digital yang benar-benar bernilai serta layak dibayar. ([MIT Sloan](#))

Operational backbone

Sistem, proses, dan data terintegrasi yang menjamin efisiensi, reliabilitas, transparansi, dan kualitas operasi inti. ([MIT Sloan](#))

Digital platform

Repositori komponen bisnis, data, dan teknologi yang dapat dirakit ulang untuk mempercepat inovasi penawaran digital. ([MIT Sloan](#))

External developer platform

Platform digital yang memungkinkan mitra eksternal berkontribusi dan memanfaatkan komponen perusahaan dalam sebuah ekosistem. ([MIT Sloan](#))

Accountability framework

Kerangka kepemilikan dan koordinasi yang memastikan penawaran dan

komponen digital memiliki pemilik yang jelas serta dapat dikembangkan terus-menerus. ([MIT Sloan](#))

Digital offerings

Produk, layanan, atau solusi pelanggan yang lahir dari kombinasi kebutuhan pasar dan kapabilitas digital perusahaan. ([MIT CISR](#))

Operational excellence

Kondisi ketika operasi inti berjalan andal, efisien, dan dapat diprediksi, biasanya ditopang oleh operational backbone. ([MIT Sloan](#))

Responsiveness

Kemampuan organisasi merespons perubahan peluang kompetitif, kebutuhan pelanggan, dan teknologi secara cepat. ([MIT CISR](#))

Digital services platform

Istilah MIT CISR untuk fondasi yang mendukung inovasi cepat; secara konseptual sangat dekat dengan digital platform dalam buku ini. ([MIT CISR](#))

Single source of truth

Sumber data tunggal dan tepercaya untuk data kritis seperti pelanggan, produk, atau transaksi. ([MIT CISR](#))

Reusable components

Komponen bisnis, data, dan infrastruktur yang dapat digunakan kembali untuk membangun penawaran baru dengan lebih cepat. ([MIT Sloan](#))

Autonomous teams

Tim yang diberi kewenangan untuk memiliki dan meningkatkan komponen tertentu, sambil tetap dikoordinasikan dalam accountability framework. ([MIT Sloan](#))

Roadmap digital transformation

Urutan prioritas pembangunan kapabilitas digital yang disesuaikan dengan kondisi awal, penawaran yang ingin dibangun, dan konteks kepemimpinan perusahaan. ([MIT Sloan](#))

Referensi (APA 7)

Mayor, T. (2019, June 27). *5 building blocks of digital transformation*. MIT Sloan School of Management. ([MIT Sloan](#))

Ross, J. W., Beath, C. M., & Mocker, M. (2021). *Designed for digital: How to architect your business for sustained success*. MIT Press. ([Google Books](#))

Ross, J. W., Mocker, M., & Beath, C. M. (2018, June 21). *Five building blocks of digital transformation* (MIT CISR Research Briefing No. XVIII-6). MIT Sloan Center for Information Systems Research. ([MIT CISR](#))

Ross, J. W., Sebastian, I. M., & Beath, C. M. (2016, April 21). *Digital design: It's a journey* (MIT CISR Research Briefing No. XVI-4). MIT Sloan Center for Information Systems Research. ([MIT CISR](#))

Sebastian, I. M., Ross, J. W., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K. G., & Fonstad, N. O. (2017). How big old companies navigate digital transformation. *MIS Quarterly Executive*, 16(3), 197–213. ([AIS eLibrary](#))

Copilot for this article: ChatGPT 5.4. Thinking (2026). Access date: 5 April 2026. Author's account ([Rudy C Tarumingkeng](#))

<https://chatgpt.com/c/69d2343f-1c08-83a1-831b-f60ed0f3deed>