

ABSTRAK

Dalam usahanya untuk bertahan dalam berbagai kondisi pasar, setiap perusahaan atau organisasi seharusnya berusaha proaktif dan melakukan pembenahan serta memformulasi strategi yang diharapkan dapat berfungsi secara optimal mencapai tujuan organisasi. Setiap organisasi akan mengidentifikasi dan mengeksploitasi sumber daya yang dimiliki serta kesempatan yang ada di pasar, disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing organisasi. Hal tersebut berarti strategi yang berbeda akan dipilih oleh setiap organisasi yang berbeda pula.

Setiap organisasi, dalam memilih strategi, akan menyesuaikan langkah-langkah yang diambil untuk mencapai tujuan dengan sumber daya yang dimiliki. Hotel X merupakan salah satu pemain dalam sektor perdagangan hotel dan restoran di daerah Juanda, Sidoarjo. Hotel X merupakan hotel yang berdiri sejak 1993, hingga saat ini sudah menjadi hotel bintang tiga. Dengan usia hotel yang sudah sekitar dua puluh tahun, Hotel X selama ini sudah berhasil menjaga eksistensinya bahkan mampu berkembang cukup pesat dengan menambahkan unit kamar dan investasi bangunan baru. Dengan kondisi saat ini berlebihnya jumlah kamar hotel yang ditawarkan oleh hotel-hotel pesaing merupakan tantangan tersendiri bagi Hotel X untuk mempertahankan eksistensi yang sudah cukup lama terjaga.

Dewasa ini dampak dari perubahan kondisi lingkungan pasar mulai terasa oleh Hotel X, diantaranya pendapatan usaha yang diperoleh mulai menurun, meningkatnya biaya pemasaran, turnover karyawan yang meningkat, dan perubahan lainnya yang menuntut Hotel X untuk segera menyesuaikan diri. Pertumbuhan usaha hotel terlalu tinggi yang tidak sebanding dengan jumlah pertumbuhan wisatawan asing maupun lokal, merupakan tantangan tersendiri bagi para pengusaha hotel dalam berkompetisi mendapatkan pelanggan, begitu juga dengan Hotel X. Untuk dapat mencapai tujuannya Hotel X telah memiliki strategi perusahaan, namun yang menjadi pertanyaan adalah, apakah strategi yang dimiliki oleh Hotel X sudah dijalankan dengan baik dan sesuai untuk memenangkan persaingan.

Peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian melalui evaluasi strategi yang disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal Hotel X dengan menggunakan *The Five Major Elements of Strategy*. Sesuai dengan pendapat Hambrick dan Frederickson (2001), *The Five Major Elements of Strategy*, strategi yang dimiliki sebuah perusahaan sangat penting untuk memiliki elemen-elemen turunan yang terpadu atau saling berkaitan sehingga dalam menjalankan strategi tersebut, perusahaan dalam mewujudkan strategi yang telah dimiliki untuk mencapai tujuannya.

Kata Kunci: *The Five Major Elements of Strategy*, pertumbuhan hotel, strategi manajemen