



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 3975-3989

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Pengembangan Wisata Kilapong Hills Di Kota Tomohon Dengan Menggunakan Analisis SWOT

Christy Natalia Rondonuwu¹

¹ Universitas Sam Ratulangi

¹christy.rondonuwu@unsrat.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan destinasi wisata Kilapong Hills, serta merumuskan strategi pengembangannya berdasarkan analisis SWOT. Kilapong Hills menawarkan keindahan panorama perbukitan, gunung dan danau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Studi ini menemukan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan Kilapong Hills adalah potensi alam yang menarik dan lokasi yang strategis, sedangkan kelemahannya terletak pada keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung. Dari sisi eksternal, terdapat peluang dari meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam dan dukungan pemerintah, namun juga terdapat ancaman seperti persaingan dengan destinasi lain dan risiko kerusakan lingkungan. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang disarankan adalah memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang (S-O), seperti peningkatan promosi digital, pengembangan fasilitas, serta penguatan peran masyarakat lokal. Penelitian ini dapat menjadi dasar dalam pengembangan Kilapong Hills sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan berbasis potensi lokal.

Kata kunci: Strategi, Kilapong Hills, Kualitatif

1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), sektor pariwisata menyumbang sekitar 4,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menciptakan lebih dari 13 juta lapangan kerja. Selain itu, menurut (UNWTO, 2022), pariwisata memiliki dampak besar dalam meningkatkan devisa negara serta mendukung perkembangan ekonomi lokal melalui peningkatan sektor jasa dan UMKM. Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi. Provinsi Sulawesi Utara dinobatkan sebagai “*The Rising Star*” dalam sektor pariwisata Indonesia pada tahun 2019, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi keuntungan besar bagi Sulawesi Utara, dampak dari pertumbuhan ekonomi akibat dari berkembangnya pariwisata ditandai dengan bertambahnya hotel, penginapan, restoran dan café.

Kota Tomohon dikenal sebagai salah satu destinasi wisata di Sulawesi Utara, memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Dinas Pariwisata Kota Tomohon menunjukkan bahwa pertumbuhan sektor pariwisata di Tomohon meningkat setiap tahunnya. Tahun 2023, persentase perkembangan kunjungan wisatawan di Kota Tomohon sebesar 116.48%, yang mencerminkan pemulihan yang signifikan pasca-pandemi COVID-19. Kenaikan ini tidak terlepas dari upaya kolaboratif antara pemerintah daerah dan berbagai stakeholder dalam mengembangkan sektor pariwisata. Pada tahun 2023, total kunjungan wisatawan mencapai 517.059 orang, dengan rincian 31.734 wisatawan mancanegara dan 485.325 wisatawan domestik (Pelealu, 2024). Ini menunjukkan bahwa Kota Tomohon semakin diminati sebagai destinasi wisata, berkat keindahan alamnya, budaya yang kaya, serta berbagai event menarik seperti Tomohon International Flower Festival (TIFF) yang berhasil menarik perhatian banyak pengunjung.

Tren pariwisata saat ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin tertarik untuk melakukan perjalanan wisata, baik untuk tujuan rekreasi, relaksasi, maupun eksplorasi kuliner. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah perjalanan wisatawan domestik meningkat sebesar 18% dibandingkan tahun sebelumnya. Kota Tomohon mengalami pertumbuhan yang pesat dalam sektor kuliner, terutama dengan munculnya berbagai cafe

yang menawarkan pengalaman wisata kuliner khas daerah. Data dari BPS Kota Tomohon (2023), menunjukkan bahwa jumlah usaha kuliner, termasuk cafe, meningkat sebesar 25% dalam lima tahun terakhir, dengan sekitar 40% di antaranya berorientasi pada konsep wisata kuliner. Pertumbuhan cafe di Kota Tomohon disebabkan oleh meningkatnya permintaan wisatawan akan tempat makan yang memiliki konsep unik dan menawarkan pengalaman yang berbeda. Kilapong Hills merupakan salah satu cafe yang turut meramaikan industri wisata kuliner di Kota Tomohon. Dengan mengusung konsep unik yang menggabungkan wisata alam dan kuliner (Glamping dan Coffee Shop), Kilapong Hills berusaha menarik perhatian wisatawan dan masyarakat lokal.

Munculnya banyak cafe di Kota Tomohon membawa dampak positif dalam mendukung sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Namun, di sisi lain, persaingan yang semakin ketat menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha kuliner. Kilapong Hills harus menghadapi ancaman persaingan dari berbagai cafe lain yang menawarkan konsep serupa atau bahkan lebih inovatif. Dalam kondisi persaingan yang ketat, strategi pemasaran menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Kilapong Hills perlu memperkuat identitasnya agar mampu bersaing secara efektif. Untuk itu, destinasi ini harus mengembangkan dan memasarkan ciri khasnya sebagai tempat glamping dan coffee shop dengan panorama alam yang memukau. Dengan menekankan keunikan lokasi, serta pengalaman berkesan yang ditawarkan, Kilapong Hills dapat menarik lebih banyak wisatawan. Menurut (Rondonuwu *et al.*, 2023) pemanfaatan media sosial untuk membagikan foto-foto menarik tentang keindahan lanskap serta berbagai aktivitas di tempat wisata dapat meningkatkan daya tariknya dan meningkatkan niat berkunjung wisatawan.

Semakin besarnya pesaing yang muncul, Kilapong Hills perlu mempertahankan dan meningkatkan performa agar tetap kompetitif. Salah satu strategi pemasaran yang perlu dilakukan oleh manajemen Kilapong Hills yaitu dengan analisis SWOT. Manajemen perlu melihat mulai dari aspek internal sampai pada aspek eksternal yang meliputi keunggulan, kelemahan, peluang bahkan sampai pada ancaman yang mungkin bisa terjadi. Oleh karena itu, Kilapong Hills perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mengembangkan tempat usahanya agar dapat bersaing secara efektif.

Mengacu pada isu diatas, Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha wisata Kilapong Hills Kota Tomohon, dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi wisata Kilapong Hills berdasarkan analisis SWOT guna meningkatkan daya Tarik dan daya saingnya dalam industry pariwisata.

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan analisis SWOT sebagai alat bantu analisis. Menurut (Ardiansya, 2017) analisis SWOT merupakan metode identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi yang tepat. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip untuk mengoptimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Pengambilan keputusan strategis dalam organisasi berkaitan erat dengan proses perumusan misi, tujuan, strategi, serta kebijakan. Dalam perencanaan strategis, diperlukan analisis terhadap faktor-faktor strategis yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berdasarkan kondisi aktual. Keempat faktor ini terbagi dalam dua kategori utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal kemudian dianalisis menggunakan matriks EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*), sedangkan faktor internal dianalisis melalui matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*).

2.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari 2025 sampai bulan Maret 2025, dari persiapan sampai penyusunan laporan. Lokasi penelitian ini bertempat di Wisata “Kilapong Hills” di Kota Tomohon. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Informan yang dilibatkan terdiri dari pemilik Kilapong Hills, para karyawan, serta pengunjung, yang dinilai mampu memberikan informasi relevan terkait isu-isu yang diteliti dalam studi ini.

2.3. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari instansi atau lembaga yang relevan dengan topik penelitian, dengan cara mencatat informasi dari dokumen atau arsip yang tersedia. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui dua metode utama, yakni observasi dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan dengan

cara mengamati langsung situasi di lapangan guna memperoleh informasi yang dapat mendukung dan melengkapi hasil wawancara. Wawancara mendalam dipilih karena sesuai dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini, yang memungkinkan peneliti menggali informasi secara lebih detail dan mendalam dari para informan. Instrumen yang digunakan dalam wawancara ini berupa panduan wawancara berisi daftar pertanyaan inti.

Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan, yang mencakup penelusuran teori, konsep, dan informasi lainnya yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, buku, serta jurnal ilmiah.

3. Hasil dan Pembahasan Penelitian

3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kilapong Hills merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Kota Tomohon, Sulawesi Utara. Tempat ini dikenal karena keindahan alamnya yang masih asri, menawarkan pemandangan perbukitan yang hijau dengan udara yang sejuk. Berlokasi di daerah yang strategis dan mudah diakses dari pusat kota, Killapong Hills menjadi salah satu daya tarik wisata bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Selain sebagai tempat rekreasi alam, Kilapong Hills juga memiliki tempat Glamping, dimana wisatawan bisa menginap menikmati malam yang indah diperbukitan dan menikmati *sunset* dan *sunrise* dengan pemandangan Gunung Lokon dan Danau Tondano. Kilapong Hills memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi pusat wisata berbasis ekowisata dan petualangan. Dengan konsep yang mengedepankan keseimbangan alam dan wisata, Kilapong Hills menawarkan pengalaman yang unik bagi para pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam sambil melakukan berbagai aktivitas *outdoor*.

Kilapong Hills menawarkan berbagai aktivitas menarik bagi pengunjung, antara lain:

1. Wisata Alam dan Fotografi: menyediakan berbagai spot foto menarik dengan latar belakang Gunung Lokon, pemandangan Kota Tomohon, Danau Tondano, *Sunrise* dan *sunset view* yang memukau bagi para fotografer
2. Glamping: area perkemahan yang luas dengan fasilitas yang menunjang.
3. Wisata Kuliner: tersedia kedai kopi dan restoran yang menawarkan berbagai macam minuman Coffee dan Non coffee.

3.2. Karakteristik Informan

Karakteristik informan merujuk pada atribut atau ciri-ciri individu yang dipilih sebagai sumber data dalam sebuah penelitian. Karakteristik ini mencakup berbagai aspek seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, latar belakang pekerjaan, pengalaman, serta keterlibatan mereka dalam objek atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian pariwisata, seperti studi pengembangan Kilapong Hills, karakteristik informan menjadi sangat penting karena dapat memberikan gambaran nyata terhadap kondisi internal dan kebutuhan eksternal dari sebuah destinasi wisata. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu pemilik Kilapong Hills, karyawan/pegawai, dan pengunjung. Karakteristik informan meliputi umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman bekerja.

3.2.1 Umur

Umur informan merupakan salah satu faktor penentu dalam produktivitas usaha yang dijalankan (Hermanto *et al.*, 2020). Karena semakin muda umur, maka produktivitas dalam bekerja lebih maksimal dan lebih tahan secara fisik dibandingkan dengan umur yang sudah tua.

Tabel 1. Umur Informan

No	Nama	Umur	Keterangan
1	J.S	60	Pemilik
2	T.P	41	Manajer
3	N.N	18	Karyawan
4	L.S	20	Karyawan
5	J.N	23	Karyawan
6	D.S	23	Karyawan
7	R.K	35	Pengunjung
8	C.N	10	Pengunjung

9	K.E	20	Pengunjung
10	F.L	25	Pengunjung

Berdasarkan Tabel 1, informan terdiri dari pemilik usaha, manajer, karyawan dan pengunjung dengan rentang usia 10 hingga 60 tahun. Rinciannya sebagai berikut:

1. Faktor Internal (Pemilik, Manajer, dan Karyawan)
 - a. Pemilik berusia 60 tahun, menandakan pengalaman dan kedewasaan dalam mengambil keputusan strategis.
 - b. Manajer berusia 41 tahun, berada di usia produktif dan matang, potensial dalam aspek kepemimpinan dan manajemen operasional.
 - c. Karyawan didominasi oleh usia muda (18-23 tahun), menunjukkan tingkat energi kerja tinggi, fisik prima, serta potensi kreativitas, namun kemungkinan masih memerlukan pelatihan dan bimbingan.
2. Faktor Eksternal (pengunjung)
 - a. Sebagian besar konsumen berada pada usia muda, terutama remaja dan dewasa muda, menunjukkan bahwa wisata Kilapong Hills menarik bagi segmen usia produktif muda, yang umumnya mencari wisata alam, Instagramable, atau berbasis petualangan ringan.
 - b. Hadirnya konsumen anak-anak juga menunjukkan adanya potensi untuk pengembangan wisata keluarga atau edukatif

3.2.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap cara informan mengelola usaha. Pendidikan membentuk pola pikir, sikap, serta kemampuan dalam mengambil keputusan secara tepat dan efisien (Samana *et al.*, 2023). Oleh karena itu, latar belakang pendidikan informan menjadi aspek penting untuk diperhatikan, karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula kemampuannya dalam menerima ide-ide baru, baik dalam menjalankan usaha maupun dalam menyampaikan informasi. Hal ini turut menentukan bagaimana informan menyikapi berbagai pertanyaan.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan

No	Nama	Tingkat Pendidikan
1	J.S	S1
2	T.P	S2
3	N.N	SMA
4	L.S	SMA
5	J.N	SMA
6	D.S	SMA
7	R.K	S1
8	C.N	SD
9	K.E	SMA
10	F.L	S1

Berdasarkan Tabel 2, informan terdiri dari pemilik usaha, manajer, karyawan dan pengunjung dengan Tingkat Pendidikan dari SD sampai dengan Magister. Rinciannya sebagai berikut:

1. Faktor Internal (Pemilik, Manajer, dan Karyawan)
 - a. Pemilik (S1) dan manajer (S2) memiliki latar belakang Pendidikan tinggi, ini menggambarkan bahwa modal kognitif yang kuat dalam manajemen dan pengambilan keputusan strategis.
 - b. Seluruh karyawan berpendidikan SMA, menunjukkan bahwa mereka berada pada level operasional, memiliki kemampuan dasar dalam menjalankan tugas, namun masih perlu pelatihan lanjutan dalam hal pelayanan wisata dan pengelolaan pelanggan.
2. Faktor Eksternal (pengunjung)
 - a. Pelanggan berasal dari latar Pendidikan yang beragam, namun dominan di level SMA ke atas. Ini menunjukkan bahwa pengunjung Kilapong Hills cenderung mampu menerima informasi wisata secara digital, menyukai pendekatan informatif dan menarik.
 - b. Wistawan dengan latar Pendidikan SD juga hadir, menunjukkan bahwa aksesibilitas informasi wisata perlu dibuat ramah dan mudah dipahami oleh semua kalangan, termasuk anak-anak atau pengunjung dengan latar belakang Pendidikan rendah.

3.3. Pembahasan Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan setelah melakukan identifikasi mengenai faktor strategi internal dan eksternal (Damanik *et al.*, 2024).

Identifikasi Faktor Internal

Berdasarkan hasil identifikasi ditemukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*) yaitu:

1. Keindahan alam
Kilapong Hills memiliki pemandangan alam yang menarik dengan perbukitan hijau dan udara yang sejuk. Kilapong Hills menawarkan pemandangan Gunung Lokon dan juga Danau Tondano. Keindahan alam merupakan salah satu daya tarik utama dalam pengembangan destinasi wisata, terutama pada destinasi berbasis alam seperti pegunungan, danau, dan perbukitan. Daya tarik ini memainkan peran penting karena secara langsung memengaruhi persepsi, motivasi, dan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Menurut (Gunn & Var, 2002) atraksi alamiah seperti pemandangan indah, udara sejuk, serta suasana alami merupakan elemen inti dalam menarik wisatawan, khususnya dalam pasar wisata minat khusus dan ekowisata. Wisatawan cenderung mencari pengalaman autentik yang menyatu dengan lingkungan, dan hal ini hanya bisa diperoleh di destinasi yang memiliki keunggulan alam yang khas.
2. Lokasi strategis
Terletak di Kota Tomohon yang dikenal sebagai destinasi wisata alam unggulan di Sulawesi Utara. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor yang menentukan suatu keberhasilan usaha, lokasi yang strategis memudahkan konsumen untuk menemukan Kilapong Hills. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor kunci dalam kesuksesan sebuah destinasi wisata. Lokasi menentukan aksesibilitas, kemudahan transportasi, serta keterhubungan dengan destinasi lain atau pusat aktivitas wisatawan, yang semuanya berperan penting dalam menarik kunjungan wisata. Menurut (Cooper *et al.*, 2008), aksesibilitas merupakan salah satu komponen utama dalam sistem destinasi pariwisata. Destinasi yang mudah dijangkau oleh wisatawan, baik melalui jalur darat, udara, maupun laut, memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang karena memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam perjalanan. Sebaliknya, destinasi dengan lokasi terpencil atau akses sulit cenderung kurang diminati meskipun memiliki potensi atraksi yang menarik. Bagi destinasi seperti Killapong Hills, lokasi yang strategis di Kota Tomohon dapat menjadi nilai jual penting, apalagi jika terletak dekat dengan pusat kota, jalur wisata utama, atau tempat-tempat populer lainnya. Lokasi yang mudah diakses dapat meningkatkan frekuensi kunjungan, memperluas segmentasi pasar wisata, dan mempermudah promosi destinasi secara lebih luas.
3. Potensi agrowisata
Memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata berbasis pertanian dan perkebunan. Kilapong Hills memiliki lahan yang luas dan bisa dimanfaatkan untuk menjadi wisata perkebunan. Agrowisata merupakan bentuk pariwisata yang memanfaatkan kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, dan sumber daya agraris lainnya sebagai daya tarik utama wisata. Potensi agrowisata sangat penting dalam pengembangan destinasi wisata karena tidak hanya menawarkan pengalaman edukatif dan rekreatif bagi wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat lokal. Menurut (Wibowo & Putra, 2019), agrowisata berperan dalam diversifikasi produk pariwisata, sehingga suatu destinasi memiliki lebih banyak pilihan aktivitas untuk ditawarkan kepada wisatawan. Hal ini dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan (*length of stay*), meningkatkan belanja wisatawan, serta memperkuat keterikatan emosional wisatawan terhadap destinasi. Dalam konteks Kilapong Hills di Kota Tomohon, yang berada di kawasan dataran tinggi, pengembangan agrowisata sangat relevan. Wisatawan dapat diajak menikmati pemandangan kebun, ikut memanen, atau mengikuti kegiatan edukatif seputar pertanian lokal. Hal ini akan meningkatkan daya tarik wisata sekaligus memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekitar.
4. Dukungan masyarakat lokal
Dukungan masyarakat lokal merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlanjutan pengembangan destinasi wisata. Masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi memiliki peran penting, baik sebagai pelaku langsung dalam industri pariwisata (seperti pemandu wisata, pelaku UMKM, pengelola homestay), maupun sebagai penjaga kelestarian budaya dan lingkungan. Menurut (Tosun, 2000), partisipasi dan dukungan masyarakat lokal memberikan legitimasi sosial terhadap pengembangan pariwisata, sehingga pembangunan destinasi tidak hanya menguntungkan investor atau pihak luar, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi penduduk setempat. Ketika masyarakat merasa dilibatkan dan diuntungkan, mereka cenderung mendukung dan menjaga keberlangsungan destinasi. Hal ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh {Formatting Citation} dimana secara langsung maupun

tidak langsung program pemberdayaan yang dilakukan oleh pengelola bersama pemerintah desa dan seluruh stakeholder telah memberikan dampak yang positif bagi kesejahteraan hidup dan ekonomi masyarakat yang diberdayakan, mulai dari segi ekonomi, segi psikologis, serta dari segi sosial. Dalam konteks Kilapong Hills, keterlibatan masyarakat lokal dapat diwujudkan melalui pelatihan pemandu wisata, pengembangan kuliner lokal, serta pelibatan dalam perencanaan strategis destinasi. Hal ini akan menciptakan rasa memiliki (*sense of ownership*) dan memperkuat keberlanjutan jangka panjang destinasi wisata tersebut.

5. Potensi Wisata Petualangan

Cocok untuk trekking dan aktivitas outdoor lainnya. Wisata petualangan (*adventure tourism*) merupakan salah satu segmen pariwisata yang berkembang pesat dan sangat diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara, khususnya generasi muda dan wisatawan minat khusus. Jenis wisata ini biasanya melibatkan aktivitas fisik, kontak langsung dengan alam, dan unsur risiko yang terkontrol, seperti *hiking*, *camping*, hingga wisata *off-road*. Menurut (Sung, 2004), wisata petualangan menarik wisatawan yang mencari pengalaman baru, tantangan, serta sensasi berada dekat dengan alam, yang tidak mereka dapatkan dalam bentuk wisata konvensional. Potensi ini menjadi daya tarik tersendiri, apalagi jika destinasi memiliki bentang alam seperti pegunungan, hutan, atau perbukitan seperti Kilapong Hills. Potensi ini sangat relevan karena lokasi perbukitan alami dan udara sejuknya sangat cocok untuk pengembangan aktivitas seperti trekking, camping, hingga fotografi alam. Dengan pengelolaan yang tepat, wisata petualangan dapat menjadi salah satu strategi unggulan dalam menarik segmen wisatawan aktif dan berjiwa eksploratif.

6. Keunikan Atraksi Wisata

Salah satu kekuatan utama yang dimiliki oleh Kilapong Hills adalah keunikan atraksi wisatanya, terutama dari aspek panorama alam, spot-spot foto kekinian, suasana pegunungan yang sejuk. Keunikan ini tidak hanya menjadi pembeda dibanding destinasi sejenis di sekitar Tomohon, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang otentik dan berkesan bagi pengunjung, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Kilapong Hills memiliki lanskap terbuka, dan pemandangan 360 derajat yang memungkinkan wisatawan menikmati sunrise, sunset, bahkan lautan awan di pagi hari. Selain itu, keberadaan spot-spot instagramable buatan yang berpadu dengan alam menjadikan destinasi ini sangat relevan dengan tren wisata berbasis visual saat ini. Penelitian oleh (Arida & Purnomo, 2021) juga menekankan bahwa destinasi yang memiliki elemen atraksi unik, baik secara alami maupun buatan, lebih mampu bersaing dalam pasar pariwisata modern yang kompetitif, terutama jika dikemas dalam narasi dan promosi yang kuat. Kilapong Hills, dengan atraksi khas pegunungan dan lanskap visualnya yang memukau, memiliki peluang besar untuk memosisikan diri sebagai destinasi wisata alam yang menonjol di Sulawesi Utara, selama kekuatan ini terus dikembangkan secara inovatif dan berkelanjutan.

Adapun yang menjadi kelemahan (*weakness*) yaitu:

1. Fasilitas Infrastruktur Terbatas

Salah satu kelemahan yang dapat ditemukan dalam pengembangan destinasi wisata Kilapong Hills di Kota Tomohon adalah kurangnya fasilitas infrastruktur yang memadai. Fasilitas dasar seperti jalan masuk dan jalur akses yang nyaman masih tergolong minim. Hal ini dapat mengurangi kenyamanan dan kepuasan wisatawan saat berkunjung, meskipun potensi keindahan alamnya sangat tinggi. Menurut penelitian oleh (Middleton & Clarke, 2001) fasilitas infrastruktur yang tidak memadai merupakan faktor yang sangat memengaruhi citra destinasi dan pengalaman wisatawan. Wisatawan cenderung menilai kualitas suatu destinasi tidak hanya dari atraksi utama, tetapi juga dari kelengkapan sarana penunjangnya. Dalam konteks Kilapong Hills, medan menuju lokasi yang masih cukup terjal, terbatasnya papan petunjuk arah (terlalu kecil), dan kurangnya fasilitas keselamatan (seperti pagar pengaman di titik-titik pandang) menjadi hambatan nyata. Ketidakhadiran fasilitas yang nyaman juga membuat wisatawan dengan kebutuhan khusus, keluarga dengan anak-anak, atau lansia menjadi kurang tertarik untuk berkunjung.

2. Kurangnya Promosi dan Branding

Wisata ini masih kurang dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain kendala infrastruktur, kelemahan signifikan lainnya dalam pengembangan destinasi wisata Kilapong Hills adalah minimnya upaya promosi dan branding yang terarah dan konsisten. Padahal, di era digital dan kompetisi destinasi yang semakin ketat, promosi memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi, menarik wisatawan baru, dan membangun identitas destinasi yang kuat. Kilapong Hills memiliki keunggulan alamiah yang potensial, namun kurangnya visibilitas di media sosial, platform pariwisata, maupun kerja sama dengan pelaku industri pariwisata seperti travel agent dan influencer, membuat destinasi ini belum dikenal luas oleh wisatawan luar daerah. Bahkan, banyak wisatawan lokal pun belum mengetahui secara jelas keunikan dan daya tarik yang dimiliki destinasi ini. Menurut (Govers & Go, 2009) kurangnya

strategi promosi yang inovatif dan tidak adanya identitas merek destinasi (*destination brand identity*) akan membuat destinasi sulit bersaing di tengah pasar pariwisata yang semakin digital dan berbasis pengalaman (*experience-based tourism*). Citra positif tidak akan terbentuk secara otomatis hanya karena potensi alam yang bagus, tetapi harus dibentuk secara sadar melalui *storytelling*, *visual branding*, dan kampanye promosi yang konsisten. Dalam kasus Kilapong Hills, minimnya narasi khas, logo destinasi, slogan, maupun media promosi profesional menyebabkan destinasi ini belum memiliki "*branding personality*" yang kuat. Hal ini menjadi kelemahan yang harus segera diatasi, terutama jika ingin meningkatkan daya saing dengan destinasi wisata sejenis di Kota Tomohon atau Sulawesi Utara secara umum.

3. Menu makanan dan minuman masih terbatas

Salah satu kelemahan yang cukup mencolok di destinasi wisata Kilapong Hills adalah keterbatasan variasi menu makanan dan minuman yang tersedia bagi pengunjung. Hal ini dapat berdampak terhadap kepuasan wisatawan, terutama bagi mereka yang datang dari luar daerah atau mereka yang menghabiskan waktu yang cukup lama di lokasi. Wisatawan yang tidak menemukan pilihan makanan yang sesuai dengan selera atau kebutuhan (misalnya vegetarian, makanan berata untuk makan siang dan malam) cenderung cepat meninggalkan lokasi, dan merasa tidak nyaman karena harus keluar area wisata hanya untuk mencari makanan. Keterbatasan menu makanan dan minuman akan menimbulkan kurangnya daya Tarik tambahan, dengan menu yang terbatas Kilapong Hills akan kehilangan potensi untuk menarik wisatawan dengan segmen wisata kuliner, dan tidak bisa memaksimalkan pengalaman wisata yang lengkap dan berkesan.

4. Keterbatasan private room

Salah satu kelemahan yang cukup terasa dalam pengembangan Kilapong Hills sebagai destinasi wisata adalah belum tersedianya fasilitas private room yang dapat digunakan wisatawan untuk mengadakan pertemuan atau acara keluarga dengan nyaman dan privasi. Hal ini menjadi persoalan penting, khususnya bagi wisatawan yang datang dari luar kota dan ingin menikmati suasana alam bersama keluarga. Penelitian oleh (Hanafiah *et al.*, 2013) juga menunjukkan bahwa faktor akomodasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan, terutama mereka yang mengutamakan kenyamanan, keamanan, serta privasi dalam berlibur. Wisatawan dengan kebutuhan khusus (seperti keluarga, pasangan, atau wisatawan senior) biasanya memprioritaskan aspek ini dalam memilih destinasi.

5. Kurangnya fasilitas penunjang lainnya

Di era digital saat ini, ketersediaan akses internet, khususnya fasilitas WiFi, telah menjadi salah satu kebutuhan penting bagi wisatawan. Sayangnya, Kilapong Hills masih mengalami keterbatasan dalam hal tidak tersedianya jaringan WiFi publik di area wisata. Hal ini menjadi kelemahan yang cukup signifikan dalam mendukung kenyamanan pengunjung dan pengembangan citra digital destinasi. Banyak wisatawan modern, terutama generasi muda, memiliki kebiasaan untuk berkunjung bukan sekedar menikmati keindahan alam saja, tapi melakukan aktivitas belajar, mengerjakan tugas kelompok Bersama, sampai hanya untuk sekedar duduk menikmati suasana indah sambil sambal menikmati hiburan di laptop. Ketika koneksi internet tidak tersedia (WiFi) maka akan mengganggu kenyamanan dan membuat pengunjung tidak betah berlama-lama disana. Sementara itu, Gajdošik (2019) dalam studinya menegaskan bahwa destinasi wisata berbasis alam yang menyediakan fasilitas digital (termasuk WiFi) lebih berpotensi menjangkau pasar wisatawan milenial, yang memiliki kecenderungan kuat terhadap penggunaan teknologi dalam seluruh tahapan perjalanan wisata mereka (sebelum, selama, dan sesudah kunjungan). Dengan demikian, ketiadaan atau keterbatasan fasilitas WiFi di Kilapong Hills dapat menjadi hambatan dalam menarik segmen wisatawan digital savvy, serta membatasi potensi eksposur dan promosi daring dari para pengunjung secara langsung.

Identifikasi Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil identifikasi ditemukan faktor-faktor yang menjadi peluang (*opportunity*), yaitu :

1. Dukungan Pemerintah

Salah satu peluang utama dalam pengembangan destinasi wisata Kilapong Hills adalah adanya dukungan dari pemerintah daerah maupun pusat terhadap sektor pariwisata. Pemerintah Kota Tomohon dan Provinsi Sulawesi Utara menunjukkan komitmen untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai penggerak ekonomi lokal, salah satunya dengan mengembangkan destinasi berbasis alam dan potensi lokal seperti Kilapong Hills. Bentuk dukungan ini bisa dilihat dari kebijakan pembangunan infrastruktur menuju destinasi, program pelatihan sumber daya manusia (SDM) pariwisata, hingga promosi melalui *event* pariwisata daerah seperti *Tomohon International Flower Festival* (TIFF) yang ikut mengangkat citra wisata alam di Tomohon. (Utomo & Irawan, 2020) menunjukkan bahwa dukungan kebijakan dan pendanaan dari pemerintah dapat mempercepat pengembangan desa atau kawasan wisata melalui pemberdayaan

masyarakat, promosi, dan penguatan kapasitas pengelolaan destinasi. Dalam temuan penelitian yang dilakukan (Supriyadi *et al.*, 2021) pemerintah dan masyarakat berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi lokal khususnya dalam sektor pariwisata dan salah satu bentuk upaya untuk meningkatkan ekonomi lokal masyarakat dengan cara mengadakan pelatihan guna mengedukasi SDM. Hal ini sangat relevan bagi Kilapong Hills yang masih dalam tahap awal pengembangan.

2. Tren wisata alam dan ekowisata

Salah satu peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh Kilapong Hills adalah meningkatnya tren wisata alam dan ekowisata, baik di tingkat nasional maupun global. Masyarakat kini semakin tertarik pada pengalaman wisata yang bersifat alamiah, tenang, sehat, dan berkelanjutan. Kilapong Hills yang memiliki lanskap pegunungan, udara sejuk, panorama hijau, dan suasana asri sangat cocok dengan preferensi wisatawan modern yang mencari tempat untuk healing, refreshing, dan slow tourism. Tren ini menciptakan peluang besar bagi pengelola untuk menarik segmen wisatawan milenial hingga keluarga muda yang mengutamakan *quality time* di alam terbuka. Menurut (Weaver, 2001), ekowisata menjadi bentuk pariwisata yang terus tumbuh pesat karena menawarkan pengalaman yang edukatif, berwawasan lingkungan, dan melibatkan masyarakat lokal. Selain itu, ekowisata dinilai sebagai salah satu solusi untuk pariwisata yang berkelanjutan, karena memperhatikan aspek konservasi dan kesejahteraan sosial ekonomi.

3. Penggunaan Media Sosial

Salah satu peluang strategis yang dapat dimaksimalkan oleh Kilapong Hills adalah penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi langsung dengan wisatawan. Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook telah menjadi alat utama dalam membentuk persepsi destinasi, menyebarkan informasi visual, serta mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih tempat liburan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanto & Abdha, 2024) dimana *social media communication* berpengaruh secara langsung terhadap revisit intention. Implikasi dari penelitian ini yaitu nilai loading tertinggi yaitu terkait kesesuaian harapan dengan isi konten foto, video dan komentar yang diunggah di media sosial. Dimana kesesuaian isi dari konten yang diunggah pengelola menjadi perhatian utama bagi masyarakat yang dapat membentuk persepsi baik positif maupun negatif. Sehingga diperlukan pengelolaan isi dari konten yang lebih profesional dan mudah diterima disemua kalangan masyarakat. Karakteristik Kilapong Hills yang menawarkan panorama alam, *sunrise/sunset*, spot foto unik, dan suasana pegunungan sangat "instagramable" dan memiliki potensi tinggi untuk dipromosikan melalui konten visual yang menarik. Tren saat ini menunjukkan bahwa banyak wisatawan, khususnya generasi milenial dan Gen Z, mengandalkan konten media sosial sebagai referensi utama dalam merencanakan perjalanan wisata mereka. Studi oleh (Rachmawati & Fitriana, 2020) juga menegaskan bahwa strategi digital marketing melalui media sosial secara signifikan meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan, terutama untuk destinasi wisata berbasis alam dan pengalaman. Hal ini menjadi peluang besar bagi Kilapong Hills untuk meningkatkan visibilitasnya tanpa harus mengeluarkan biaya promosi besar. Dengan memanfaatkan media sosial secara terencana, misalnya melalui pembuatan akun resmi, kolaborasi dengan influencer lokal, konten visual berkualitas, serta penggunaan hashtag yang relevan, Kilapong Hills dapat memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan citra destinasi, serta menarik lebih banyak pengunjung potensial secara organik.

4. Kemitraan dengan Pihak Swasta

Salah satu peluang signifikan dalam pengembangan Kilapong Hills adalah kemungkinan menjalin kemitraan strategis dengan pihak swasta, seperti investor lokal, pelaku usaha pariwisata, agen perjalanan, maupun pelaku industri kreatif. Kemitraan ini dapat mendukung pengembangan sarana dan prasarana, meningkatkan kualitas layanan wisata, serta memperluas promosi dan jangkauan pasar. Kilapong Hills yang memiliki potensi daya tarik alam dan ruang terbuka sangat ideal untuk dikelola melalui model kerja sama yang melibatkan sektor swasta. Misalnya, pihak swasta dapat berperan dalam pembangunan akomodasi ramah lingkungan, penyediaan fasilitas wisata berbasis teknologi, serta pengelolaan event atau atraksi wisata tematik yang menarik wisatawan. Penelitian oleh (Damanik & Weber, 2006) menekankan bahwa keterlibatan swasta dapat meningkatkan efisiensi dan profesionalitas pengelolaan destinasi, khususnya dalam konteks pariwisata berkelanjutan yang tetap mempertahankan peran masyarakat lokal dan pemerintah daerah sebagai pengendali arah pengembangan.

5. Pertumbuhan Industri Pariwisata di Sulawesi Utara

Kilapong Hills memiliki peluang besar untuk berkembang seiring dengan pertumbuhan industri pariwisata yang pesat di Sulawesi Utara, khususnya di wilayah Kota Tomohon dan sekitarnya. Provinsi Sulawesi Utara telah menjadi salah satu destinasi unggulan di Indonesia bagian timur, dengan peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara setiap tahunnya, terutama ke kota Manado, Tomohon, Bitung, dan daerah sekitar. Pertumbuhan ini didukung

oleh berbagai faktor, antara lain peningkatan aksesibilitas (seperti Bandara Sam Ratulangi), promosi aktif dari pemerintah daerah dan pusat, serta masuknya investasi sektor pariwisata. Menurut laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) serta Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara, pertumbuhan pariwisata Sulut mengalami tren positif dalam satu dekade terakhir, didorong oleh strategi promosi, pengembangan kawasan prioritas, dan sinergi antarsektor. Penelitian oleh (Maramis, 2020) juga menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata alam di Sulawesi Utara menunjukkan potensi ekonomi dan sosial yang besar, terutama jika dikelola dengan pendekatan berkelanjutan dan melibatkan masyarakat lokal. Hal ini menjadi peluang besar bagi destinasi seperti Kilapong Hills untuk ikut meraih manfaat dari arus pertumbuhan wisata tersebut.

6. Potensi Event dan Festival Wisata

Kilapong Hills memiliki potensi besar untuk dikembangkan tidak hanya sebagai destinasi wisata alam, tetapi juga sebagai lokasi penyelenggaraan event dan festival wisata. Posisi geografis yang berada di kawasan perbukitan dengan pemandangan terbuka, udara sejuk, serta keindahan lanskapnya membuat Kilapong Hills sangat ideal untuk menjadi lokasi kegiatan seperti festival budaya, pameran produk lokal, camping festival, pertunjukan musik akustik alam, hingga lomba fotografi wisata. Event dan festival wisata merupakan daya tarik tambahan yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan, memperpanjang lama tinggal (*length of stay*), serta memperkuat identitas dan citra destinasi. Selain itu, penyelenggaraan event secara rutin dapat mendorong partisipasi masyarakat lokal dan pelaku UMKM untuk turut terlibat, sehingga memberi dampak ekonomi yang nyata. Penelitian oleh (Sulaiman & Anggraini, 2021) juga menunjukkan bahwa event wisata terbukti efektif meningkatkan popularitas destinasi dan memperluas jangkauan promosi, khususnya melalui media sosial dan liputan media massa. Hal ini menunjukkan bahwa festival atau event yang diadakan di Kilapong Hills berpotensi menjadi strategi pemasaran yang berdampak besar. Selain itu, mengingat Kota Tomohon sudah memiliki reputasi melalui *Tomohon International Flower Festival (TIFF)*, maka Kilapong Hills dapat dijadikan sebagai salah satu venue pendukung atau lokasi event turunan dari TIFF dan festival lainnya, yang memperluas distribusi wisatawan di kawasan ini.

Ancaman (threat), yaitu:

1. Persaingan dengan Destinasi Lain

Salah satu ancaman utama bagi pengembangan Kilapong Hills adalah tingkat persaingan yang semakin tinggi antar destinasi wisata di wilayah Kota Tomohon dan Provinsi Sulawesi Utara secara umum. Di sekitar Tomohon, terdapat beberapa destinasi yang sudah lebih dulu dikenal dan berkembang seperti Danau Linow, Gunung Mahawu, Bukit Doa, hingga destinasi favorit di Kota Manado seperti Bunaken dan Likupang. Destinasi-destinasi tersebut telah memiliki infrastruktur, promosi yang lebih masif, serta aksesibilitas yang relatif lebih baik. Persaingan ini bisa berdampak pada terpecahnya arus kunjungan wisatawan, terutama jika Kilapong Hills tidak memiliki keunggulan pembeda (*unique selling point*) yang kuat atau strategi promosi yang efektif. Selain itu, destinasi lain yang memiliki kemitraan dengan agen perjalanan atau dikelola secara profesional juga cenderung lebih mampu menarik wisatawan dalam jumlah besar, terutama dari luar daerah atau mancanegara. Menurut (Porter, 1985) persaingan dalam industri pariwisata menjadi salah satu kekuatan utama yang menentukan daya saing destinasi. Tanpa strategi diferensiasi dan inovasi yang jelas, destinasi akan sulit bersaing di tengah pasar yang padat. Oleh karena itu, Kilapong Hills perlu menyadari pentingnya inovasi layanan, penambahan atraksi unik, serta penguatan identitas untuk mengatasi tekanan kompetitif ini.

2. Perubahan Iklim dan Cuaca Ekstrem

Salah satu tantangan yang perlu diwaspadai dalam pengembangan Kilapong Hills adalah ancaman perubahan iklim dan cuaca ekstrem. Sebagai destinasi wisata berbasis alam terbuka dan pegunungan, aktivitas wisata di Kilapong Hills sangat tergantung pada kondisi cuaca. Curah hujan yang tinggi, kabut tebal, hingga angin kencang dapat mengganggu kenyamanan dan keselamatan wisatawan, serta menyebabkan penurunan jumlah kunjungan, terutama saat musim hujan berkepanjangan. Selain itu, perubahan iklim juga dapat berdampak jangka panjang terhadap ekosistem alam, seperti perubahan vegetasi, erosi tanah, hingga kerusakan spot-spot foto yang menjadi andalan destinasi. Cuaca ekstrem dapat mempercepat kerusakan fasilitas fisik yang belum memadai, serta menimbulkan risiko keselamatan bagi pengunjung jika tidak ada sistem peringatan dini atau penanganan darurat yang baik. (Saputra & Widiastuti, 2021) mengungkapkan bahwa cuaca buruk secara langsung mempengaruhi perilaku wisatawan dan dapat menurunkan kepuasan serta niat kunjungan ulang. Hal ini menegaskan bahwa Kilapong Hills perlu mengantisipasi ancaman ini melalui perencanaan tata kelola yang responsif terhadap kondisi iklim.

3. Fluktuasi Ekonomi

Fluktuasi ekonomi, baik di tingkat nasional maupun global, merupakan salah satu ancaman eksternal yang dapat berdampak signifikan terhadap keberlanjutan dan pengembangan Kilapong Hills. Ketika terjadi penurunan daya beli masyarakat, meningkatnya inflasi, atau ketidakstabilan harga barang dan bahan bakar, maka anggaran untuk kebutuhan rekreasi seperti wisata cenderung dikurangi. Hal ini bisa menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan, terutama dari kalangan wisatawan domestik. Selain itu, fluktuasi ekonomi juga dapat menghambat arus investasi sektor swasta yang potensial dalam pengembangan fasilitas dan infrastruktur wisata. Ketidakpastian ekonomi biasanya membuat investor lebih berhati-hati dalam menanamkan modal, apalagi pada destinasi yang masih dalam tahap pengembangan seperti Kilapong Hills. Penelitian oleh (D. A. Rahayu & Setyawan, 2020), juga menemukan bahwa penurunan stabilitas ekonomi secara langsung mempengaruhi perilaku wisatawan, mulai dari pengurangan frekuensi perjalanan hingga pemilihan destinasi dengan biaya yang lebih murah. Oleh karena itu, destinasi seperti Kilapong Hills harus mampu menyiapkan strategi mitigasi, misalnya dengan menawarkan paket wisata yang lebih terjangkau, menjalin kolaborasi promosi dengan UMKM lokal, atau memperkuat pasar lokal dan regional sebagai basis utama pengunjung.

4. Harga bahan baku yang tidak stabil

Salah satu ancaman eksternal yang cukup signifikan bagi Kilapong Hills adalah ketidakstabilan ketersediaan dan harga bahan baku yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional maupun pengembangan fasilitas destinasi. Bahan baku yang dimaksud mencakup kebutuhan seperti bahan bangunan (untuk pengembangan infrastruktur wisata), bahan pangan (untuk layanan *food & beverage*), serta material penunjang lainnya seperti perlengkapan camping, kerajinan lokal, dan dekorasi berbasis alam. Kondisi geografis Kilapong Hills yang berada di daerah perbukitan turut menyulitkan akses logistik saat harga bahan baku naik atau distribusi terganggu akibat faktor eksternal seperti cuaca ekstrem, kenaikan harga BBM, hingga kondisi ekonomi nasional. Ketidakstabilan bahan baku dapat menyebabkan tertundanya pembangunan fasilitas, naiknya biaya operasional, dan berkurangnya kualitas layanan yang disediakan kepada wisatawan. Selain itu (Prabowo & Wijayanti, 2022) mencatat bahwa ketidakstabilan harga bahan baku menyebabkan banyak pelaku wisata mengurangi kualitas atau kuantitas layanan sebagai bentuk penyesuaian biaya, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan wisatawan dan citra destinasi. Oleh karena itu, Kilapong Hills perlu mulai mengidentifikasi alternatif lokal untuk bahan baku serta menjalin kemitraan dengan pelaku UMKM dan petani setempat untuk menciptakan rantai pasok yang lebih stabil dan efisien.

5. Kerusakan Lingkungan

Kerusakan lingkungan merupakan salah satu ancaman utama terhadap keberlanjutan destinasi wisata alam seperti Kilapong Hills. Sebagai kawasan yang mengandalkan keindahan alam dan ekosistemnya, tekanan terhadap lingkungan dapat mengurangi daya tarik wisata, mengganggu flora-fauna lokal, serta menurunkan kualitas pengalaman pengunjung (Setiawan & Hadi, 2021).

Bentuk kerusakan lingkungan yang menjadi ancaman:

1. Overtourism: Jumlah kunjungan yang tinggi tanpa pengelolaan yang memadai dapat menyebabkan erosi tanah, kerusakan vegetasi, dan pencemaran.
2. Sampah wisatawan: Kurangnya kesadaran dan fasilitas pengelolaan sampah menyebabkan penumpukan sampah di area wisata.
3. Alih fungsi lahan: Pembangunan akomodasi atau infrastruktur yang tidak berwawasan lingkungan dapat mengganggu keseimbangan ekosistem.
4. Perubahan iklim: Meningkatkan potensi bencana alam seperti longsor atau kekeringan yang berdampak langsung pada kawasan wisata.

Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Wisata Kilapong Hills, perhitungan bobot, rating, dan nilai matriks factor strategi internal (IFAS) disajikan selengkapnya dalam Tabel 4.

Tabel 4. Matriks Faktor Strategi Internal

No	KEKUATAN (Strengths)	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
1	Keindahan Alam	0.15	4	0.60	Daya Tarik visual utama dan nilai estetika tinggi
2	Lokasi Strategis	0.12	4	0.48	Mudah diakses dari pusat kota atau tempat wisata lain

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1150>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3	Potensi Agrowisata	0.08	3	0.24	Peluang integrasi wisata edukatif dan pertanian
4	Dukungan Masyarakat Lokal	0.10	3	0.30	Partisipasi dan penerimaan warga setempat cukup baik
5	Potensi Wisata Petualangan	0.08	3	0.24	Beragam aktivitas outdoor seperti tracking, hiking, camping
6	Keunikan Atraksi Wisata	0.10	3	0.30	
	Jumlah	0.63		2.16	
No	KELEMAHAN (Weaknesses)	Bobot	Rating		
1	Fasilitas dan Infrastruktur Terbatas	0.12	2	0.24	Akses jalan dan toilet belum optimal
2	Kurangnya Promosi dan Branding	0.08	2	0.16	Minimnya eksposur media dan dentitas merek wisata
3	Menu Makanan dan Minuman Masih Terbatas	0.06	2	0.12	Menu makana dan minuman yang masih terbatas
4	Keterbatasan Private Room	0.06	2	0.12	Tidak banyak pilihan akomodasi yang memadai
5	Kurangnya Fasilitas Penunjang Lainnya	0.05	2	0.10	Seperti baby room, musola dan area istirahat
	Jumlah	0.37		0.74	
	TOTAL SKOR IFAS	1		2.90	

Penjelasan Perhitungan:

1. Bobot:
 - a. Bobot diberikan berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing faktor dalam pengembangan wisata Killapong Hills.
 - b. Total bobot harus 1.00 atau 100%
2. Rating:
 - a. Untuk kekuatan: Skala 1–4 (1 = kurang kuat, 4 = sangat kuat).
 - b. Untuk kelemahan: Skala 1–4 (1 = sangat lemah, 4 = tidak terlalu lemah).
3. Skor Bobot x Rating:
 - a. Skor diperoleh dari hasil perkalian bobot dengan rating.
4. Interpretasi Hasil:
 - a. Total skor IFAS = 2.90
 - b. Jika skor >2.5, menunjukkan kekuatan internal lebih dominan dibandingkan kelemahan.
 - c. Ini berarti Wisata Killapong Hills memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan dengan mengatasi beberapa kelemahan yang ada.

Tabel 5. Matriks Faktor Strategi Eksternal

No	PELUANG (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
1	Dukungan Pemerintah	0.15	4	0.60	Potensi bantuan dana dan regulasi pro-wisata
2	Tren Wisata Alam dan Ekowisata	0.12	4	0.48	Wisata hijau dan alami semakin digemari
3	Penggunaan Media Sosial	0.10	4	0.40	Alat efektif promosi berbasis digital
4	Kemitraan dengan Pihak Swasta	0.08	3	0.24	Peluang kolaborasi investasi dan pengelolaan
5	Pertumbuhan Industri Pariwisata di Sulawesi Utara	0.08	3	0.24	Meningkatnya jumlah wisatawan regional
6	Potensi Event dan Festival Wisata	0.07	3	0.21	Meningkatnya kunjungan dan daya Tarik musiman
	Jumlah	0.60		1.17	
No	ANCAMAN (Threats)	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
1	Persaingan dengan Destinasi Lain	0.12	2	0.24	Banyaknya alternatif destinasi sejenis di wilayah sekitar
2	Perubahan Iklim dan Cuaca Ekstrem	0.08	2	0.16	Potensi bencana alam, hujan ekstrem, dan longsor
3	Fluktuasi Ekonomi	0.07	2	0.14	Daya beli wisatawan bisa menurun

4	Harga Bahan Baku yang Tidak Stabil	0.07	2	0.14	Mempengaruhi biaya pengelolaan dan pembangunan fasilitas
5	Kerusakan Lingkungan	0.06	2	0.12	Dampak overtourism, sampah dan alih fungsi lahan
	Jumlah	0.40		0.80	
	TOTAL SKOR EFAS	1.00		2.97	

Penjelasan Perhitungan:

1. Bobot:
 - a. Bobot diberikan berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing faktor eksternal dalam pengembangan wisata Killapong Hills.
 - b. Total bobot harus 1.00 atau 100%
2. Rating:
 - a. Untuk peluang: Skala 1–4 (1 = kurang berpengaruh, 4 = sangat berpengaruh).
 - b. Untuk ancaman: Skala 1–4 (1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam).
3. Skor Bobot x Rating:
 - a. Skor diperoleh dari hasil perkalian bobot dengan rating.
4. Interpretasi Hasil:
 - a. Total skor EFAS = 2.97
 - b. Jika skor >2.5, menunjukkan peluang eksternal lebih dominan dibandingkan ancaman.
 - c. Ini berarti Wisata Killapong Hills memiliki peluang besar untuk berkembang, meskipun tetap harus mengelola ancaman yang ada dengan baik.

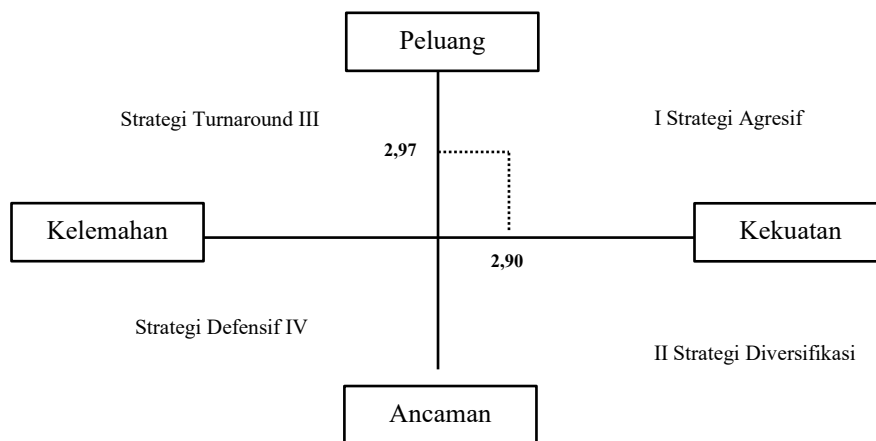
Tabel 6. Rekapitulasi

Matriks	Skor Total
IFAS	2.90
EFAS	2.97

Dengan skor IFAS (2.90) dan EFAS (2.97), strategi yang dapat digunakan adalah strategi agresif (*Growth Strategy*) untuk memaksimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang eksternal secara optimal.

Diagram Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT dari hasil perhitungan factor internal dan factor eksternal (Nde'oha et al., 2024) Berdasarkan total skor tersebut, didapatkan diagram SWOT yang disajikan selengkapnya dalam Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Hasil Analisis SWOT

Gambar 1 menunjukkan bahwa Killapong Hills berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif, dimana strategi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Killapong Hills memiliki peluang dan kekuatan sehingga strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijakan agresif (manajemen strategik). Strategi ini sebagai salah satu upaya dalam mendorong usaha wisata Killapong Hills untuk terus maju dengan menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang agar usaha Killapong Hills dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai serta mendapatkan keuntungan.

Matriks SWOT

Strategi pemasaran usaha wisata Kilapong Hills dapat dilakukan dengan beberapa cara alternatif. Alternatif strategi pemasaran yang ditawarkan berdasarkan hasil penelitian selengkapnya disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Matriks SWOT Kilapong Hills

Tabel 7. Matriks SWOT Kilapong Hills		
	Kekuatan (S):	Kelemahan (W):
	<ol style="list-style-type: none"> Keindahan alam Lokasi strategis Potensi agrowisata Dukungan masyarakat lokal Potensi wisata petualangan Keunikan atraksi wisata 	<ol style="list-style-type: none"> Fasilitas dan infrastruktur terbatas Kurangnya promosi dan branding Menu Makanan dan Minuman Masih Terbatas Keterbatasan private room Kurangnya fasilitas penunjang lainnya.
Peluang (O):	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Dukungan pemerintah. Tren wisata alam dan ekowisata. Penggunaan media sosial Kemitraan dengan pihak swasta. Pertumbuhan industri pariwisata di Sulut. Potensi event dan festival wisata 	<ol style="list-style-type: none"> Pengembangan infrastruktur wisata. Promosi digital dan branding wisata. Kemitraan dengan pihak swasta dan komunitas. Diversifikasi atraksi wisata. Penyelenggaraan event dan festival. 	<ol style="list-style-type: none"> Kembangkan kuliner lokal berbasis alam, seperti makanan organic, camilan dari hasil alam sekitar (singkong goreng dan kelapa muda) Gandeng UMKM atau warga sekitar untuk mengisi kekosongan kuliner, bekerja sama untuk memenuhi menu yang tidak tersedia. Sediakan fasilitas sederhana (booth bambu) dan menawarkan kue-kue tradisional untuk menciptakan suasana kuliner alami.
Ancaman (T):	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Persaingan dengan destinasi lain. Perubahan iklim dan cuaca ekstrem. Fluktuasi ekonomi. Harga bahan baku tidak stabil Kerusakan lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> Peningkatan keberlanjutan dan koservasi alam. Diferensiasi dari destinasi wisata lain. Adaptasi dari perubahan iklim. 	<ol style="list-style-type: none"> Perbaiki infrastruktur bertahap. Ciptakan branding kuliner khas Kilapong Hills (misalkan, Nasi daun Woka Kilapong) untuk menciptakan perbedaan dengan tempat lain. Peningkatan kesadaran pariwisata berkelanjutan.

Kuadran SWOT

Tabel 7 menunjukkan hasil strategi agresif yang dapat digunakan yaitu:

- Strategi SO (*Strength–Opportunity*)
(*Memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal*)
 - Pengembangan Infrastruktur Wisata: Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk membangun fasilitas seperti jalan akses, area parkir, dan fasilitas umum lainnya.
 - Promosi Digital dan Branding Wisata: Menggunakan media sosial (Instagram, YouTube, TikTok) untuk meningkatkan *awareness* wisatawan terhadap Kilapong Hills. Membuat konten visual menarik seperti video perjalanan, foto panorama, dan ulasan wisatawan.

- c. Kemitraan dengan Pihak Swasta dan Komunitas: Mengajak investor atau sponsor untuk berinvestasi dalam pengembangan fasilitas wisata. Berkolaborasi dengan agen perjalanan untuk memasukkan Kilapong Hills dalam paket wisata.
- d. Diversifikasi Atraksi Wisata: Menyediakan aktivitas seperti, trekking, wisata edukasi, dan wisata petualangan untuk menarik berbagai segmen wisatawan.
- e. Penyelenggaraan Event dan Festival: Mengadakan acara tahunan seperti festival budaya lokal, konser alam terbuka, atau olahraga ekstrem untuk menarik lebih banyak wisatawan.

2. Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*)

(Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan internal)

- a. Peningkatan Manajemen dan SDM Pariwisata: Memberikan pelatihan kepada karyawan, masyarakat lokal terkait hospitality, pemandu wisata, dan manajemen pariwisata.
- b. Mengembangkan Kuliner Lokal: Membuat dan berinovasi dalam menawarkan menu lokal berbasis alam, seperti makanan organik atau camilan dari hasil alam sekitar.
- c. Penguatan Branding dan Pemasaran: Mengembangkan identitas wisata Kilapong Hills sebagai destinasi ekowisata unggulan di Sulawesi Utara. Memanfaatkan *influencer* atau *travel blogger* untuk memperkenalkan

3. Strategi ST (*Strengths – Threats*)

(Memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman)

- a. Peningkatan Keberlanjutan dan Konservasi Alam: Mengimplementasikan prinsip ekowisata dengan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Melibatkan masyarakat dalam menjaga kebersihan dan kelestarian alam di sekitar Killapong Hills.
- b. Diferensiasi dari Destinasi Wisata Lain: Menawarkan pengalaman unik seperti wisata edukasi flora & fauna lokal, atau wisata berbasis budaya lokal untuk bersaing dengan destinasi lain di Tomohon.
- c. Adaptasi terhadap Perubahan Iklim: Mengembangkan konsep wisata berbasis digital (*virtual tour*, *booking online*) untuk tetap menarik wisatawan saat terjadi pembatasan perjalanan.

4. Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

(Mengurangi kelemahan untuk meminimalisir ancaman)

- a. Perbaikan Infrastruktur Bertahap: Mengembangkan fasilitas secara bertahap sesuai dengan prioritas kebutuhan dan anggaran yang tersedia.
- b. Menciptakan Branding Kilapong Hills: Ciptakan branding kuliner khas Kilapong Hills untuk menciptakan pembedaan dengan destinasi wisata lain.
- c. Peningkatan Kesadaran Pariwisata Berkelanjutan: Menerapkan program edukasi bagi wisatawan dan masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan kelestarian alam.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan Kilapong Hills memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan, terutama berkat keindahan alamnya yang masih asri serta lokasinya yang strategis dengan panorama perbukitan, gunung, dan danau yang memikat. Namun, potensi ini masih dibayangi oleh sejumlah tantangan internal seperti terbatasnya fasilitas pendukung dan infrastruktur, terutama akses jalan yang belum memadai, serta sarana wisata yang belum lengkap. Di sisi eksternal, peluang besar terbuka melalui meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi alam terbuka dan adanya dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata daerah. Meski demikian, persaingan antar destinasi wisata serta potensi kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata yang tidak terkelola dengan baik menjadi ancaman yang harus diantisipasi. Melalui analisis SWOT, strategi pengembangan Kilapong Hills diarahkan pada pendekatan SO (*Strength-Opportunity*), yaitu dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, seperti potensi alam dan dukungan masyarakat lokal, untuk merespons peluang tren wisata alam yang terus meningkat. Strategi yang disarankan mencakup promosi digital yang lebih masif, pengembangan infrastruktur secara bertahap, dan pelibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis kearifan lokal. Dengan langkah-langkah tersebut, Kilapong Hills diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, kerja sama antara pihak pengelola dan pemerintah daerah sangat penting, khususnya dalam peningkatan infrastruktur dasar seperti akses jalan menuju lokasi wisata. Pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat lokal juga menjadi kebutuhan mendesak agar mereka mampu memberikan pelayanan yang profesional dan menjaga kelestarian lingkungan. Promosi destinasi perlu dioptimalkan melalui media sosial, situs pariwisata, dan kerja sama dengan agen perjalanan agar jangkauan promosi semakin luas. Selain itu, diperlukan evaluasi berkala terhadap dampak sosial dan lingkungan dari pengembangan wisata agar pertumbuhan sektor ini tetap

berjalan dalam prinsip keberlanjutan. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mendalami preferensi wisatawan dan potensi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan di sekitar Kilapong Hills sebagai bagian dari strategi pengembangan jangka panjang.

Referensi

1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Pariwisata Indonesia 2023*.
2. UNWTO. (2022). World Tourism Barometer 2022. *United Nations World Tourism Organization*.
3. Pelealu, R. (2024). *Dispar Tomohon Beber Data Kunjungan Wisatawan, Kesejahteraan Masyarakat Meningkatkan*. Portal Berita Cakrawala. <https://cakrawala.web.id/dispar-tomohon-beber-data-kunjungan-wisatawan-kesejahteraan-masyarakat-meningkat/>
4. Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Pariwisata Indonesia 2023*. BPS.
5. Rondonuwu, C. N., Sudiro, A., Rochman, F., & Rofiq, A. (2023). *Determinan Niat Berkunjung ke Pantai Dengan Kredibilitas Sumber Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Wisatawan Domestik di Sulawesi Utara)*. Universitas Brawijaya.
6. Ardiansya, A. (2017). *Strategi Pemasaran Kopi Siap Saji (Studi Kasus Kedai Kopi "Teori" Di Kota Makassar)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
8. Hermanto, R. T., Ruauw, E., Kaunang, R., Sosial, J., Fakultas, E. P., Universitas, P., & Ratulangi, S. (2020). ANALISIS NILAI TAMBAH KOPRA ASAP DAN KOPRA JEMUR (STUDI KASUS DI DESA BUYAT KECAMATAN KOTABUNAN KABUPATEN BO-LAANG MONGONDOW TIMUR) Value Added Analysis of Copra and Sun Dried Copra in Buyat Village Kotabunan Sub District East Bolaang Mongondow Regency. *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan)*, 1(4), 436–447.
9. Samana, A., Jocom, S. G., & Ngangi, C. R. (2023). KONSTRUKSI SOSIAL USAHATANI JAGUNG HIBRIDA KELOMPOK TANI MAWALI DI DESA MATUNGKAS KECAMATAN DIMEMBE KABUPATEN MINAHASA UTARA. *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan)*, 5(4), 47–56.
10. Damanik, A. S., Pangemanan, P. A., & Lolowang, T. F. (2024). Strategi Pengembangan Usahatani Sayuran Organik Pada Kelompok Tani Syalom Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan)*, 6(2), 97–106.
11. Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases* (4th ed.). Routledge.
12. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice* (Harlow (ed.); 4th ed.). Pearson Education Limited.
13. Wibowo, A., & Putra, I. N. G. (2019). Pengembangan Agrowisata dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 3(2), 78–88.
14. Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
15. Sung, H. H. (2004). Classification of adventure travelers: Behavior, decision making, and target markets. *Journal of Travel Research*, 42(4), 343–356. <https://doi.org/10.1177/0047287504263028>
16. Arida, N., & Purnomo, W. (2021). Keunikan Atraksi Wisata sebagai Strategi Daya Saing Destinasi. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 135–144.
17. Govers, R., & Go, F. M. (2009). *Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced*. Palgrave Macmillan.
18. Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I. (2013). Tourism destination competitiveness and tourism performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1(44), 116–126.
19. Utomo, A. P., & Irawan, A. (2020). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi Kasus di Kabupaten Sleman. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 27–39.
20. Supriyadi, Fauzan, Aisyul Hana, U., & Rahman, A. (2021). Optimalisasi Pariwisata Syariah Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Lokal Masyarakat Madura. *Greenomika*, 3(2), 56–66. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2021.03.2.2>
21. Weaver, D. B. (2001). *Ecotourism*. John Wiley & Sons Australia, Ltd.
22. Widiyanto, M., & Abdha, M. F. E. (2024). The Role of Brand Equity in Mediating the Influence of Social Media Communication on Museum Revisit Intention in Jakarta. *Greenomika*, 6(1), 67–75. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2024.06.1.7>
23. Rachmawati, F., & Fitriana, R. (2020). Strategi digital marketing destinasi wisata berbasis media sosial. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (EMBA)*, 8(1), 90–100.
24. Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Penerbit Andi.
25. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2022). *Laporan Kinerja Pariwisata Daerah Provinsi Sulawesi Utara*.
26. Maramis, V. E. (2020). Pengembangan Pariwisata Berbasis Alam di Sulawesi Utara: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(1), 35–44.
27. Sulaiman, I., & Anggraini, R. (2021). Peran Festival Wisata dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi dan Ekonomi Kreatif Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona Indonesia*, 3(2), 112–121.
28. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
29. Saputra, D., & Widiastuti, R. (2021). Dampak Cuaca Ekstrem terhadap Kunjungan Wisatawan pada Destinasi Wisata Alam. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 57–66.
30. Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
31. Rahayu, D. A., & Setyawan, A. (2020). Dampak Ketidakstabilan Ekonomi terhadap Perilaku Konsumen Wisata di Indonesia. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 6(1), 45–54.
32. Rahayu, H. A., Istikomah, I., Fatmawati, N., Usami, R. W., Dari, F. U., & Habib, M. A. F. (2022). Analisis Pengembangan Potensi Desa Wisata Melalui Optimalisasi Asset Based Community Development Di Desa Mojokambang. *Greenomika*, 4(1), 31–43. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2022.04.1.4>
33. Prabowo, H., & Wijayanti, T. (2022). Dampak Ketidakstabilan Bahan Baku terhadap Layanan Destinasi Wisata Alam. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 6(1), 102–110.
34. Setiawan, & Hadi. (2021). *NO. Analisis Daya Dukung Lingkungan Destinasi Wisata Alam*.