

RINGKASAN EKSEKUTIF

The Serene Co. adalah bisnis rintisan yang bergerak di bidang *health and wellness* yang menawarkan produk Be•Calm (minuman susu bubuk *sachet* dengan bahan dasar *chamomile*, *lemon*, susu dan l-theanine untuk membantu merelaksasi tubuh dan pikiran serta mengurangi kecemasan). Visi perusahaan adalah menjadi pilihan utama konsumen dalam menyediakan segala jenis produk yang dapat membantu merelaksasikan pikiran dan tubuh konsumen dengan mengutamakan konsumen dan kualitas produk. Latar belakang pendirian bisnis bermula dari adanya kebutuhan konsumen akan solusi alami untuk menangani gangguan tidur.

Riset menunjukkan bahwa Indonesia memiliki prevalensi insomnia tertinggi di Asia, mencapai 67%. Melalui penelitian kualitatif dan kuantitatif, terungkap bahwa 92% dari 404 responden mengalami insomnia akibat kecemasan berlebih, sementara 71% dari mereka merasa bahwa solusi yang tersedia di pasar saat ini kurang efektif dan memiliki risiko yang tinggi. Minuman hangat, seperti susu dan alkohol, dianggap oleh sebagian besar responden sebagai solusi yang paling membantu, pandangan ini juga didukung oleh ahli kesehatan seperti dokter tidur dan psikolog. Para ahli merekomendasikan penggunaan bahan alami yang mengandung adaptogen dan serotonin, yang dikenal dapat mengurangi stres, mengatasi gejala fisik terkait stres, dan memberikan efek menenangkan. Berdasarkan rekomendasi tersebut, The Serene Co. mengembangkan produk dengan komposisi *chamomile*, *lemon*, dan l-theanine, bahan-bahan yang terbukti efektif dalam mengatasi insomnia dan sesuai dengan saran para ahli untuk menciptakan solusi yang lebih komprehensif dan aman bagi konsumen.

The Serene Co. mengandalkan PT. Indo Greenlife Harvest sebagai maklon untuk proses produksi, sambil memanfaatkan strategi operasional yang difokuskan pada inovasi produk dan kualitas bahan. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan utama perusahaan terletak pada inovasi ini, yang kemudian

diterjemahkan ke dalam strategi pemasaran digital menggunakan Tiktok dan Instagram untuk menonjolkan keunikan produk. Strategi ini berhasil meningkatkan penjualan melebihi target. Selain itu, perusahaan terus mengedukasi konsumen tentang keunggulan produknya dibandingkan kompetitor, baik melalui media sosial maupun penjualan *offline*, yang berkontribusi pada peningkatan angka pembelian.

Analisis gap menunjukkan bahwa sebagian besar target di berbagai divisi The Serene Co. telah tercapai dengan baik. Namun, terdapat beberapa pengecualian, seperti ketidakmampuan melaksanakan rapat mingguan pada satu kesempatan karena adanya hari raya Idul Fitri, serta belum tercapainya sasaran kolaborasi dengan *key opinion leaders* di divisi pemasaran. Meskipun demikian, divisi pemasaran berhasil melampaui target penjualan secara keseluruhan, didorong oleh strategi promosi media sosial yang efektif dan kegiatan *direct selling*. Secara finansial, perusahaan menunjukkan perkembangan positif dengan perbedaan laba dan ekuitas yang signifikan. Secara keseluruhan, gap antara target dan realisasi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengelola operasional dengan efisien dan mencapai hampir semua sasaran yang ditetapkan, dengan beberapa area yang memerlukan perbaikan lebih lanjut.

Dari perjalanan perusahaan sejauh ini, beberapa pembelajaran kunci telah diperoleh, termasuk pentingnya manajemen biaya yang lebih efisien dan perlunya peningkatan strategi pemasaran yang lebih terarah. Ke depan, The Serene Co. berencana untuk memperkuat posisinya di pasar dengan meningkatkan aktivitas pemasaran digital, yang dianggap sebagai salah satu cara paling efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Di sisi lain, diversifikasi produk juga menjadi bagian dari rencana jangka panjang, dengan tujuan memperluas jangkauan dan meningkatkan keberlanjutan bisnis.

Kata Kunci	:	minuman susu bubuk, bahan alami, aman dikonsumsi, relaksasi pikiran, tanpa efek samping
Bidang Usaha	:	<i>Health and Wellness</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The Serene Co. is a startup in the health and wellness sector offering Be•Calm, a powdered milk drink sachet made from chamomile, lemon, milk, and L-theanine, designed to help relax the body and mind while reducing anxiety. The company's vision is to become the top choice for consumers seeking products that promote mental and physical relaxation, with a strong emphasis on customer satisfaction and product quality. The business was founded in response to the growing consumer demand for natural solutions to address sleep disorders.

Research indicates that Indonesia has the highest prevalence of insomnia in Asia, with a rate of 67%. Qualitative and quantitative studies revealed that 92% of 404 respondents suffer from insomnia due to excessive anxiety, while 71% feel that the current market solutions are ineffective and carry high risks. Warm beverages, such as milk and alcohol, are considered by most respondents as the most helpful solutions, a view also supported by sleep doctors and psychologists. Experts recommend using natural ingredients containing adaptogens and serotonin, known for their stress-relieving and calming effects. Based on these recommendations, The Serene Co. developed a product with chamomile, lemon, and L-theanine, ingredients proven effective in addressing insomnia and aligning with expert advice to create a more comprehensive and safe solution for consumers.

The Serene Co. relies on PT. Indo Greenlife Harvest as a contract manufacturer for the production process, while operational strategies focus on product innovation and ingredient quality. SWOT analysis highlights that the company's main strength lies in this innovation, which has been translated into a digital marketing strategy using Tiktok and Instagram to showcase the product's uniqueness. This strategy successfully boosted sales beyond the targets. Additionally, the company continuously educates consumers about the advantages of its products over competitors, both through social media and offline sales, contributing to increased purchase rates.

Gap analysis reveals that most of The Serene Co.'s targets across various divisions have been met successfully. However, some exceptions include the inability to hold a weekly meeting on one occasion due to Eid al-Fitr and the unachieved goal of collaborating with key opinion leaders in the marketing division. Despite these challenges, the marketing division exceeded overall sales targets, driven by effective social media promotion and direct selling efforts. Financially, the company shows positive progress with significant profit and equity differences. Overall, the gap between targets and actual performance indicates that the company has managed operations efficiently and met nearly all set goals, with a few areas requiring further improvement.

From the company's journey so far, several key lessons have been learned, including the importance of more efficient cost management and the need for more targeted marketing strategies. Moving forward, The Serene Co. plans to strengthen its market position by increasing digital marketing activities, considered one of the most effective ways to reach a broader audience. Additionally, product diversification is also part of the long-term plan, aiming to expand reach and enhance business sustainability.

<i>Keywords</i>	<i>:</i>	<i>powdered milk drink, natural ingredients, safe consumption, mind relaxation, no side effects</i>
<i>Industry</i>	<i>:</i>	<i>Health and Wellness</i>