

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Dexa Group merupakan sebuah perusahaan swasta yang menjadi salah satu pionir perkembangan farmasi di Indonesia. Motto yang digagas oleh Dexa ialah pemanfaatan keahlian untuk mempromosikan kesehatan adalah konsekuensi alami dari komitmen jangka panjangnya meningkatkan perawatan kesehatan bagi semua orang. Berlandaskan empat prinsip inti yaitu kejujuran, kepercayaan, dedikasi, dan komitmen, Dexa bertekad dalam menunjang kesehatan masyarakat melalui produk obat-obatan berkualitas dan mudah dijangkau. Produk Dexa dikembangkan untuk berbagai kebutuhan, meliputi produk kesehatan seperti vitamin dan obat-obatan, hingga produk perawatan diri seperti *skincare*. Dirancang dengan kualitas yang terjaga dan mudah diakses, untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat secara lebih optimal.

2.1.1 Profil Perusahaan

Dexa Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang farmasi yang didirikan pada tahun 1969 oleh apt. Drs. Rudy Soetikno. Latar belakang pendirian perusahaan ini berawal dari kesulitan dalam memperoleh akses obat-obatan yang dialami pendirinya saat menjalankan tugas, sehingga mendorong terbentuknya sebuah inisiatif untuk menyediakan produk kesehatan yang lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Berawal dari skala kecil, Dexa kemudian berkembang menjadi perusahaan farmasi yang memiliki peran penting dalam industri kesehatan di Indonesia. Seiring dengan perkembangannya, Dexa turut menunjukkan pertumbuhan yang signifikan melalui ekspansi kapasitas produksi dan perluasan jaringan distribusi, sehingga produknya mampu menjangkau pasar internasional. Hal ini didukung oleh kerja sama strategis dengan berbagai mitra global, di mana lebih dari 50 kemitraan telah terjalin, sehingga mendorong Dexa menjadi salah satu perusahaan farmasi terkemuka di kawasan Asia Tenggara. Perkembangan ini juga ditandai dengan terbentuknya

Dexa Group sebagai bentuk penguatan struktur bisnis di industri farmasi, sehingga membentuk *positioning* sebagai perusahaan yang mengedepankan kualitas serta keterjangkauan produk obat-obatan. Dengan fokus pada bidang produk pengobatan dalam dan luar, Dexa terus berupaya menghadirkan solusi kesehatan yang relevan bagi masyarakat.



Gambar 2.1 Core Value Dexa Group
Sumber: Dexa Group (2026)

Dalam menjalankan operasionalnya, Dexa berlandaskan pada nilai-nilai perusahaan yang menjadi pedoman dalam setiap aktivitas bisnisnya. Nilai-nilai tersebut meliputi *Strive for Excellence*, yaitu komitmen untuk memberikan hasil terbaik bagi pelanggan; *Act Professionally*, yang menekankan pentingnya kejujuran dan integritas dalam bekerja; serta *Deal with Care*, yang mencerminkan kepedulian untuk saling memahami dan menghormati satu sama lain. Melalui penerapan nilai-nilai tersebut, Dexa menunjukkan komitmennya dalam menjaga kualitas, integritas, serta mendorong inovasi dalam bidang kesehatan baik dalam maupun luar negeri.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 Logo Dexa Medica
Sumber: Dexa Group (2026)

Identitas perusahaan turut tercermin melalui logo Dexa yang memiliki karakteristik berupa simbol segitiga dengan elemen visual di dalamnya yang menyerupai bentuk huruf “d” sebagai lambang dari Dexa, disertai dengan logotype “Dexa Medica”. Penggunaan warna merah warna hitam pada *logotype* mencerminkan kontras dan keseimbangan. Bentuk segitiga sendiri dapat dimaknai sebagai stabilitas, fondasi yang kokoh, dan pertumbuhan (Wertheimer et al, 2025). Selain itu, Dexa mengusung slogan “Expertise for the Promotion of Health” yang mencerminkan komitmen perusahaan dalam mengedepankan keahlian dan inovasi guna meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat.

Dexa memiliki visi yakni “Improving DXG’s competitiveness to transform into a Respected International Healthcare Company”. Dalam mewujudkan visi tersebut, Dexa menjalankan berbagai misi, antara lain melalui inovasi dan peningkatan berkelanjutan, peningkatan pangsa pasar, efisiensi biaya, serta membangun aliansi strategis. Selain itu, perusahaan juga berfokus pada pengembangan sumber daya manusia yang kompeten serta berkontribusi dalam memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat dalam ranah kesehatan.

Sebagai perusahaan farmasi, Dexa menjalankan kegiatan usaha yang berfokus pada produksi dan distribusi obat-obatan untuk memenuhi kebutuhan pokok terkait kesehatan masyarakat. Produk-produk Dexa dikembangkan dengan standar kualitas yang tinggi serta dirancang agar dapat diakses secara luas, sehingga mampu menjangkau daerah-daerah dengan infrastruktur yang kurang memadai. Dalam implementasinya, Dexa membentuk PT Medela Potentia untuk mendukung efektivitas dan efisiensi layanan kesehatan terutama

dalam segi distribusi. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, Dexa turut berkontribusi dalam pengembangan sektor kesehatan ke berbagai penjuru dunia melalui berbagai inisiatif. Fokus kontribusi ini mencakup bidang farmasi serta dukungan terhadap perkembangan teknologi kesehatan, seperti *health tech* layaknya aplikasi yang dapat menunjang akses dalam memperoleh perawatan medis mulai dari layanan konsultasi hingga distribusi obat-obatan. Melalui upaya tersebut, Dexa tidak hanya berperan sebagai penyedia produk kesehatan, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem yang mendukung peningkatan kualitas layanan kesehatan di Indonesia.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Didirikan pada tahun 1969, Dexa merupakan perusahaan farmasi yang dirintis oleh apt. Drs. Rudy Soetikno bersama rekan-rekannya. Latar belakang pendiriannya berawal dari kesulitan masyarakat dalam memperoleh obat-obatan yang ia alami saat menjalankan tugas di TNI Angkatan Darat. Kondisi tersebut mendorong Rudy untuk melihat adanya kebutuhan akan akses obat yang lebih memadai di Indonesia. Dengan memanfaatkan keahliannya di bidang farmasi, ia kemudian mendirikan sebuah apotek kecil yang menjadi awal dari terbentuknya Dexa Group. Nama “Dexa” sendiri diambil dari bahasa Yunani δέκα yang berarti “sepuluh” dan merepresentasikan kesempurnaan.

Seiring berjalannya waktu, Dexa dikenal luas karena menghasilkan obat resep dengan kualitas yang efektif, hingga pada tahun 1978 produknya telah tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Perkembangan perusahaan ini kemudian melahirkan Dexa Group yang menaungi sejumlah perusahaan farmasi yang semakin meluas. Sehingga, kegiatan bisnis Dexa Group (PT Dexa Medica) tidak hanya terbatas pada bidang produksi obat-obatan, tetapi juga meluas ke bidang distribusi (PT Ferron Par Pharmaceuticals), obat-obatan dengan kualitas baik dengan harga yang lebih murah (PT Beta Pharmacon), dan research obat-obatan oncologi yang berfokus pada penyembuhan kanker dan tumor (PT Fonko International Pharmaceuticals).

Selain itu, Dexa Group turut mengembangkan beberapa perusahaan yang berperan sebagai pendukung dari perusahaan utama yang bergerak di bidang farmasi, diantaranya PT Sarana Titan Manunggal yang menjadi bangunan utama operasional management, PT Global Urban Esensial yang lebih berfokus pada *health ecosystem for stakeholders* melalui teknologi berupa Gue Sehat, Teman Bumil, Doctor2Doctor, dan Teman Diabetes. Hingga saat ini, Dexa Group telah memperluas pengembangan kawasannya ke berbagai wilayah, seperti Palembang, Cikarang, Karawang, Tangerang, dan masih banyak lagi mulai dari dalam hingga luar negeri. Dalam struktur organisasi tersebut, PT Inertia Utama berperan sebagai perusahaan induk yang mendukung operasional anak perusahaan, baik dalam pengembangan dan komunikasi internal perusahaan maupun dalam aspek strategis lainnya seperti pengambilan keputusan di bidang sumber daya manusia serta pengelolaan bahan baku produksi obat.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dexa Group memiliki struktur organisasi yang terdiri dari berbagai divisi dan unit kerja yang saling terintegrasi dalam menjalankan operasional perusahaan. Selama masa magang, penulis berada di bagian *Company Design*, yang berada di bawah *Creative Department*. Dalam unit tersebut, tim terdiri dari divisi *company design, motion graphic, UI/UX, social media content planning and copywriting*, termasuk peran penulis di dalamnya. Susunan ini membantu memastikan pembagian kerja yang jelas, alur koordinasi yang efektif, serta mendukung kinerja perusahaan secara keseluruhan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Bagan Struktur Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Secara umum, struktur organisasi DEXA Group dirancang untuk mendukung pengambilan keputusan, pengawasan, serta pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Berikut merupakan gambaran besar struktur dari tim *Creative and Design Media / Communication Creative & Design* di DEXA Group:

1. *Head* merupakan posisi tertinggi di divisi kreatif. Yang di mana bertanggung jawab atas arah strategi, konsep besar, dan kualitas keseluruhan *output* desain yang dihasilkan.
2. *Manager* bertugas untuk mengatur tim kreatif dan memastikan eksekusi berjalan sesuai strategi. Biasanya mengatur *workflow*, koordinasi antar tim, dan menjaga kualitas hasil tetap *on track* dan sesuai dengan *deadline*.
3. *Senior Officer* merupakan posisi yang lebih berpengalaman secara teknis. Berperan dalam mengerjakan proyek kompleks, memberi arahan ke *junior*, dan menjaga standar kualitas desain.
4. *Officer* berperan sebagai pengeksekusi desain yang telah ditentukan. Umumnya berfokus pada produksi desain sehari-hari, seperti membuat visual, materi komunikasi, dan mendukung kebutuhan proyek tim.

Dalam konteks peran penulis, tugas yang dijalankan mencakup pembuatan desain visual, pengembangan media komunikasi, atau kebutuhan digital lainnya yang berkaitan dengan internal maupun eksternal perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan divisi. Selain itu, penulis juga berkesempatan untuk terlibat

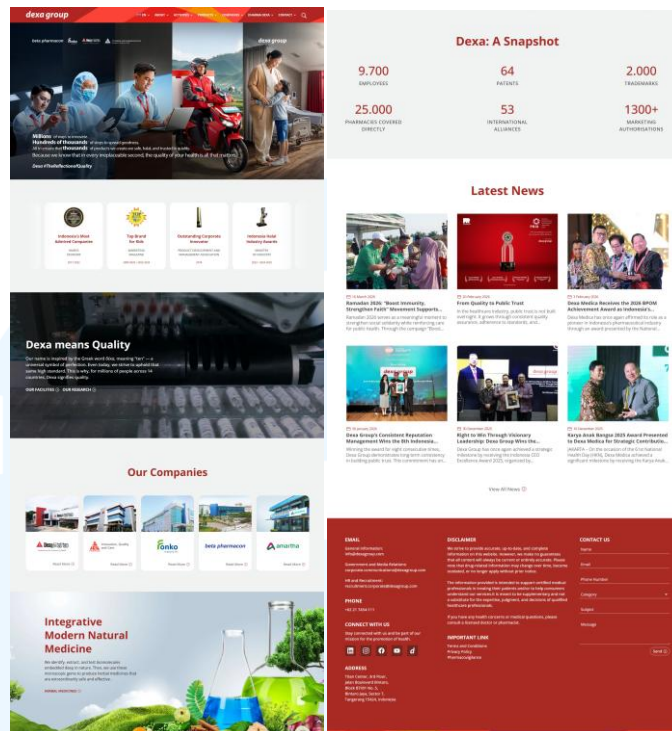
dalam kolaborasi antar tim kreatif, sehingga dapat memahami alur kerja profesional di lingkungan perusahaan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Selama lebih dari lima dekade berdiri, Dexa Group telah berkembang dengan menghadirkan berbagai lini bisnis di industri kesehatan. Melalui beragam aktivitas, inovasi, serta media komunikasi yang dijalankan, Dexa Group berhasil memperkuat posisinya sebagai salah satu perusahaan farmasi terkemuka di Indonesia dan meraih berbagai macam penghargaan. Peran perusahaan ini juga tercermin dari berbagai inisiatif dan kontribusinya di dunia kesehatan, yang menjadi bagian dari pemahaman penulis terhadap portofolio perusahaan sebelum memasuki masa magang.

2.3.1 Website Dexa Group

Website Dexa Group berfungsi sebagai salah satu media komunikasi digital yang bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait perusahaan kepada khalayak umum. *Platform* ini memuat berbagai konten seperti profil perusahaan, informasi mengenai produk dari Dexa Group, sertifikasi, dan deskripsinya sampai dengan informasi mengenai jenjang karir, kampanye sosial, nilai serta komitmen perusahaan, hingga kanal kontak yang dapat digunakan oleh pengguna untuk terhubung langsung dengan pihak internal Dexa Group.



Gambar 2.4 Website Resmi Dexa Group
Sumber: Dexa Group (2026)

Secara visual, *website* ini mengusung *key visual* yang selaras dengan identitas perusahaan, dengan dominasi warna merah, putih, dan kuning yang mencerminkan karakter profesional dan terpercaya sesuai dengan logo Dexa Group. Elemen visual yang konsisten turut memperkuat citra perusahaan di seluruh halaman *website*. Selain itu, pengguna juga dapat menemukan berbagai informasi perusahaan, mengakses konten yang tersedia, mengisi formulir kontak, serta terhubung ke kanal media sosial resmi dari Dexa Group melalui *footer* yang tersedia di setiap halaman *website*.

2.3.2 Platform GueSehat Dharma Dexa

Dharma Dexa merupakan sebuah divisi tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh Dexa Group yang bertujuan dalam meningkatkan keberlanjutan kesehatan masyarakat. Divisi ini sendiri memiliki beberapa program sosial, diantaranya seperti pengembangan media digital kesehatan, infrastruktur, donor darah rutin, hingga pemberian beasiswa. Salah satu program dari Dharma Dexa ialah aplikasi GueSehat. GueSehat merupakan

[ARTIKEL](#)
[DIREKTORI](#)
[INTELEKTUALITAS](#)
[FORUM](#)
[EVENT](#)
[BERITA KEHAMILAN](#)
[PENCARIAN](#)
[KONDISI](#)
[TIPS KEHAMILAN](#)

BELANJA KEBUTUHAN MUMS DAN SI KECIL DI LAZADA DAPAT DISKON 75% DAN UMRAH GRATIS!

Selamat Bersama **gigamonster**.

Konsultasi Dokter Online

Chat Dokter Sekarang

Temukan lebih banyak

Berita Kesehatan

Kehamilan

Health

Kenapa air ke putih warna hila? Kenapa, kenapa

Kenapa Air Ke Berwarna Hija

27 Januari 2021

Mums, Begini Mencengh Og

27 Januari 2021

Sex Anxiety, Ki Biso Gampang!

27 Januari 2021

Berapa Banyak Susu Harus A

27 Januari 2021

GueSehat juga menyediakan berbagai fitur tambahan, yaitu: forum diskusi, galeri foto, blog, dan kalender kesehatan. Selain itu, GueSehat juga menyediakan layanan konsultasi dengan dokter online, sehingga pengguna dapat mendapatkan informasi kesehatan yang akurat dan terpercaya. Melalui *platform* ini, pengguna dapat bertukar pendapat, berbagi pengalaman, dan saling mendukung dalam mengatasi berbagai masalah kesehatan.

tidak hanya dalam satu aplikasi. Tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan informasi medis, GueSehat juga bermanfaat bagi tenaga kesehatan. Hal ini terlihat dari adanya sistem

berupa *rating* atau bintang berdasarkan ulasan dari pengguna. Fitur tersebut membantu pengguna dalam menemukan institusi maupun tenaga kesehatan yang lebih terpercaya, sekaligus menjadi acuan rekomendasi yang relevan.

2.3.3 DEXA Group Booth Expo

Sehubungan dengan *event Health Innovation Festival (HAI Fest)* yang diselenggarakan bertepatan dengan peringatan hari Kesehatan Nasional 2025, Dexa turut berpartisipasi dalam acara ini dengan menghadirkan *booth* yang bertemakan “Dexa untuk Bangsa, Generasi Sehat Masa Depan Hebat”. *Booth* ini menampilkan berbagai inovasi dari Dexa yang berlandaskan sains, pengembangan Obat Modern Alami Integratif (OMAI), serta menghadirkan pengalaman hidup sehat bagi pengunjung melalui aktivitas yang disediakan yakni *gowes blend challenge*.

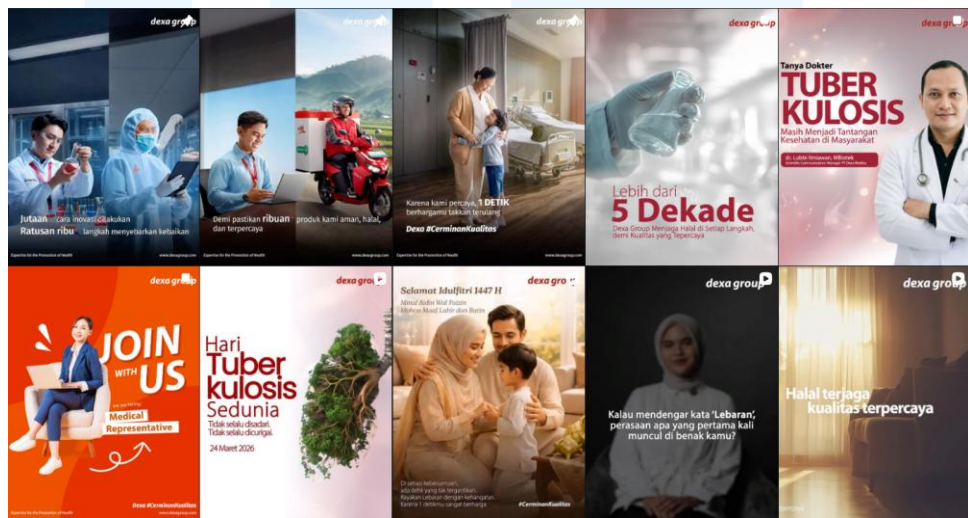


Gambar 2.6 Booth Dexa
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada *booth* Dexa Group, tidak hanya ditampilkan berbagai produk unggulan yang telah menembus pasar ekspor, tetapi juga diperkenalkan bahan-bahan alami yang digunakan dalam produk OMAI. Beberapa di antaranya meliputi kayu manis untuk produk Inlacin dan Redacid, daun bungur yang digunakan pada Inlacin, daun katuk untuk Morlactan dan HerbaAsimor, meniran sebagai bahan utama Stimuno, serta jahe pada HerbaKOF. Selain itu, pengunjung juga berkesempatan untuk mencoba langsung produk HerbaKOF, baik varian original maupun varian terbaru, yaitu HerbaKOF Strong Mint (Dexa Group, 2023).

2.3.4 Media Sosial Dexa Group

Dalam upayanya untuk memperkuat promosi secara digital, Dexa Group turut memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan berbagai nilai utama perusahaan, seperti fokus pada bidang kesehatan, inovasi, dan pengembangan produk berbasis riset. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui beragam jenis konten, mulai dari edukasi kesehatan, informasi terkait produk, hingga keperluan *branding* dan *recruitment* perusahaan yang dikemas secara visual melalui desain *feeds* hingga *motion graphic* agar lebih mudah dipahami.



Gambar 2.7 Media Sosial Dexa Group
Sumber: Instagram Dexa Group (2026)

Dari segi tampilan, konten yang diunggah tetap menjaga konsistensi identitas visual perusahaan dengan penggunaan warna merah sebagai warna utama dan elemen desain yang mencerminkan kesan *modern* dan *simple*. Kehadiran media sosial ini tidak hanya membantu memperluas jangkauan audiens, tetapi juga menjadi wadah komunikasi yang lebih interaktif, sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cara yang lebih ringan dan mudah diakses.