

ABSTRAK

PT Pos Indonesia menjalin kerjasama dengan Badan Pembinaan Samsat Tingkat Nasional, yang terdiri dari Kepala Korp Lalu Lintas (Ka. Korlantas) Kepolisian Negara Republik Indonesia, Dirjen Bina Keuangan Daerah Kementrian Dalam Negeri, dan Direktur Utama PT Jasa Raharja (Persero). Kerja sama tersebut terkait sinergi pemanfaatan layanan Pos untuk mempermudah layanan pajak kendaraan bermotor. Sehingga dalam hal ini tanpa komunikasi yang baik tentunya akan sulit dalam mengemukakan pendapat, meyakinkan pihak lain, bahkan bernegosiasi. Dalam melakukan komunikasi bisnis tersebut diperlukan juga sebuah strategi komunikasi bisnis yang efektif agar tercapai suatu tujuan, meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat, dan memberikan kemungkinan yang lebih besar bagi konsumen untuk melakukan apa yang disarankan atau diinginkan. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Magetan dalam melakukan perjanjian bisnis yang sudah terpusat tentang layanan keuangan dengan Samsat Kota Magetan. Teknik pengumpulan data ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data-data yang valid. PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Magetan menerapkan tujuh pilar strategi komunikasi Bisnis menurut Priyatna dan Ardianto (2008) yaitu Pemahaman Terhadap Proses Komunikasi, Penggunaan Pikiran (*good thinking*), Memahami Bahasa, Kejelasan Pesan (*Clearness*), Daya Persuasi (*Persuasiveness*), Kelengkapan Pesan (*Completness*), Keinginan Baik (*Goodwill*).

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Bisnis, perjanjian bisnis*