

Perencanaan

Perencanaan sangat penting dan mutlak dilakukan oleh manajemen untuk mencapai keberhasilan perusahaannya, baik perusahaan besar maupun kecil. Banyak perusahaan yang mengalami kegagalan karena perencanaan yang buruk.

Perencanaan dapat dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu perencanaan strategis, perencanaan jangka panjang, dan perencanaan jangka pendek. Perencanaan strategis yaitu proses penentuan tujuan dan strategi untuk mencapai tujuan, termasuk pengambilan keputusan alokasi sumber daya perusahaan—sumber daya manusia dan sumber daya fisik yang lain—untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Asumsi yang dibangun dalam perencanaan strategis adalah perusahaan harus cepat merespons perubahan lingkungan yang selalu berubah-ubah (dinamis) yang mungkin memerlukan perubahan di masa mendatang. Perencanaan strategis akan membuat keputusan untuk memastikan kemampuan perusahaan untuk berhasil dalam menanggapi perubahan lingkungan. Salah satu teknik analisis yang dapat digunakan dalam perencanaan strategis adalah analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, and threats*). Perencanaan strategis dilakukan oleh manajemen tingkat puncak dengan mengambil sudut pandang perusahaan dan lingkungannya secara luas, memengaruhi seluruh bagian perusahaan, lebih banyak bersifat kualitatif, dan jangka waktunya tidak teratur. Perencanaan strategis akan menentukan karakteristik perusahaan, karakteristik produk, karakteristik pelanggan, bahkan dapat memengaruhi lingkungan perusahaan. Sebagai contoh, sebuah perusahaan pembuat pakaian olahraga memutuskan untuk memproduksi seragam pemain voli dan basket. Selama ini perusahaan tersebut hanya memproduksi seragam pemain sepak bola. Apabila rencana ini direalisasi, produk perusahaan akan semakin dikenal para pemain olahraga sehingga pelanggan perusahaan juga semakin bervariasi.

Perencanaan jangka panjang atau dikenal sebagai anggaran jangka panjang adalah rencana yang mempunyai cakupan waktu tiga sampai lima tahun ke depan. Perencanaan jangka panjang dapat berupa rencana kegiatan, misalnya rencana perluasan bangunan dan fasilitas pabrik, dan dapat pula berupa pencapaian hasil keuangan yang ditargetkan, misalnya laba per lembar saham untuk lima tahun ke depan. Perencanaan ini dilakukan untuk mendukung pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan strategis dan akan menjadi acuan dalam perencanaan jangka pendek.

Perencanaan jangka pendek, atau dikenal sebagai perencanaan operasional, adalah perencanaan tentang langkah-langkah yang akan dijalankan oleh perusahaan dalam suatu periode (misalnya kuartal, semester, atau tahun). Rencana ini disusun secara sistematis, lebih bersifat kuantitatif, dinyatakan dalam satuan mata uang, menitikberatkan pada keadaan intern perusahaan—karena kondisi ekstern diterima apa adanya—dan biasanya dinyatakan dalam bulan, kuartal, semester, atau tahun. Contoh keadaan intern perusahaan adalah kapasitas produksi, karena dapat diubah oleh manajemen, sedangkan harga bahan baku adalah kondisi ekstern yang tidak dapat diubah oleh manajemen. Contoh hasil dari perencanaan jangka pendek adalah anggaran produksi, anggaran pembelian bahan baku, anggaran *overhead* pabrik, anggaran personalia, dan anggaran pemasaran.

Anggaran yang baik harus disusun bersama-sama oleh semua bagian yang ada di dalam perusahaan. Dalam suatu pabrik, bagian-bagian tersebut menggambarkan fungsi,