

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1988/89

Mac/April 1989

AMP 400 - Strategi Pemasaran

Masa : [3 Jam]

Pilih dan jawab SATU soalan sahaja.

ANIKANIAGA SDN. BHD

Syarikat ANIKANIAGA ditubuhkan pada tahun 1970 oleh sebuah syarikat pengangkutan dikawasan Lembah Kelang. ANIKANIAGA tidak terlibat dalam perniagaan pengangkutan tetapi mempelbagaikan ke dalam perniagaan-perniagaan lain. Dalam tahun 1979 ia beroperasi dalam 5 jenis industri serta mempunyai 9 kilang di Malaysia dan Singapura.

Perniagaan yang pertama dimulakan oleh ANIKANIAGA ialah pengeluaran serbuk pencuci baju. Perniagaan kedua yang diceburi ialah alat pengesan asap yang akan memberi amaran jika adanya sesuatu kebakaran. ANIKANIAGA juga memasuki beberapa uasahasama dalam sektor perumahan dan hartanah. Dan ini merupakan jenis perniagaan yang kelima.

SEJARAH ALAT PENGESAN ASAP

Pada tahun 1979 alat pengesan asap ini menjadi satu produk yang berjaya dipasarannya. Sebuah majalah perniagaan telah menulis dalam rencananya mengenai barangan pengesan asap kebakaran. Artikel itu menceritakan tentang latarbelakang perniagaan alat-alat ini semenjak 9 tahun yang lepas.

"Apabila produk-produk ini diperkenalkan dalam pasaran pada tahun 1971, ia telah menjadi perniagaan yang paling menarik untuk diceburi. Produknya kecil, senang untuk dibuat dan melindungi rumah dari berlakunya kebakaran. Permintaan tersedia ada untuk produk seperti ini. Daripada 50,000 unit yang dijual pada tahun 1971, pasaran telah meningkat ke tahap 10 juta unit setahun pada tahun 1978.

...2/-

"Ini hanya setengah daripada ceritanya sebab perniagaan nampaknya sungguh baik sekali sehingga ramai pengeluar-pengeluar lain berpusu-pusu memasuki pasaran, memotong harga dengan hebat (dan kerap) untuk meragut berapa banyak syer pasaran yang boleh. Harga runcit purata jatuh dari \$50 harga pengenalan hingga ketahap \$15 harga masakini. Tahun lepas pasaran kelihatan lembab dan nampaknya akan berhenti pertumbuhannya. Ini menyakinkan pengeluar-pengeluar lain supaya keluar dari pasaran dan tinggal hanya 4 syarikat pengeluar produk pengesan asap-ANIKANIAGA, SETIAMAJU, SAMANDU dan FLEKSICON.

"Apa yang sedang kita saksi disini ialah satu kes di mana produk yang melalui kitaran hayatnya dengan pantas sekali" kata Encik Kassim, Pengurus Urusan ANIKANIAGA. Eksekutif-eksekutif lain seperti Encik Kassim sedar bahawa industri telah sampai tahap saturasi di mana 25-30 peratus isirumah sudah mempunyai satu atau dua alat-alat ini. Encik Kassim percaya bahawa masih ada lagi pasaran yang boleh dicari. Banyak negeri di semananjung memerlukan semua projek perumahan baru memasang alat-alat ini. Pengeluar-pengeluar lain tidak begitu optimistik dan meramal kejatuhan jualan kepada 8 juta unit setahun pada tahun 1979."

"Encik Kassim mengatakan bahawa ANIKANIAGA masih lagi mendapat keuntungan dengan alat ini dan tidak ada rancangan untuk berhenti perniagaannya. ANIKANIAGA tidak mendapat banyak keuntungan sebab ia masih membelanjakan \$5 juta untuk pengiklanan. Persaing besar ANIKANIAGA telahpun mengurangkan budget pengiklanannya semenjak 1976. Ini mungkin menerangkan mengapa keuntungan bersih ANIKANIAGA jatuh kepada \$23 juta pada tahun lepas dari \$30 juta pada 1977."

"Encik Kassim mungkin boleh menggunakan alat pengesan asap ini sebagai pengaruh untuk alat-alat pengesan penceroboh rumah (burglar alarms). Alat-alat ini boleh dijual di departmental stor, stor diskaun dengan harga dari \$40 ke \$150. Kata seorang eksekutif: "Alat-alat pengesan asap telah mendesak pengguna menyedari tentang sekuriti rumah mereka. Sekarang pengguna telah sedia untuk menerima alat-alat baru ini."

"Apakah yang akan menghalang alat-alat pengesan penceroboh daripada peperangan harga yang telah berlaku kepada alat-alat pengesan asap?" Kata Encik Kassim: 'Kos purata untuk pemasangan alat-alat ini di rumah ialah \$100 jika dibandingkan dengan \$30 alat pengesan asap. Alat-alat pengesan penceroboh ini tidak senang dijual seperti alat pengesan asap, tapi dengan harga tinggi, kalau 10% daripada isirumah di Malaysia membelinya, maka pasaran akan mencapai tahap \$500 juta.

SITUASI KEWANGAN

Untuk latarbelakang kewangan sila lihat Gambarajah 1.

	1978	1977	1976
Jumlah Pendapatan	\$257,668	\$258,243	\$166,056
Kos Jualan	140,089	130,134	92,706
Perbelanjaan Jualan	64,252	62,454	34,829
R & D	1,781	1,603	1,340
Cukai Pendapatan	20,600	27,400	15,390
Pendapatan Bersih	23,400	30,015	17,434
EPS	\$4.75	\$6.10	\$3.56
<hr/>			
Aset Masakini	\$122,823	\$108,247	\$71,413
Liabiliti Masakini	38,064	39,511	24,328

Pada bulan Julai 1979 keputusan kewangan ANIKANIAGA kelihatan pulih semenjak 1978. Isipadu jualan lebih daripada 9% dari isipadu \$255,609,000 pada tahun 1978. Pendapatan bersih dilingkungan 4% lebih tinggi.

Soalan 1:

Sebagai firma yang telah lama kukuh dalam pasaran alat-alat pengesan, ANIKANIAGA seharusnya membentuk rancangan jangka panjang dalam industrinya. Untuk strategi-strategi ke dalam tahun 1980 puluhan apakah cadangan anda sebagai alternatif-alternatif yang boleh diambilkira? Analisa situasi yang telah dilalui oleh ANIKANIAGA dan rancangkan perniagaannya.

[100 Markah]

Soalan 2:

ANIKANIAGA mungkin dapat memperbaiki jualannya dengan mempromosikan secara lebih agresif alat-alat pengesan kebakaran kepada pasaran masakini dan segmen pasaran yang lain. Di samping itu, ANIKANIAGA juga mungkin dapat mendidik pasaran mengenai alat pengesan penceroboh supaya mewujudkan kesedaran tentang faedah-faedahnya.

Bentangkan strategi kempen promosi anda untuk kedua-dua alat tersebut.

[100 markah]

-- oooo000oooo --