

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1989/90

Mac/April 1990

AMP 400 - Strategi Pemasaran

Masa : [3 jam]

ARAHAN

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi TIGABELAS muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab SEMUA soalan.

MALAYSIAN OPTIKAL SDN.BHD.

Encik Amir Hassan, Ketua Eksekutif Malaysian Optik (MO) menyuruhkan Encik Zahir, Pengurus Pemasaran menyediakan satu rancangan pemasaran untuk produk tunggalnya iaitu kanta lensa untuk ayam. Kanta lensa digunakan untuk memperbaiki penglihatan manusia tetapi lensa MO bertujuan mengkaburkan mata ayam.

Encik Amir menerangkan konsep produk ini :

Perjumpaan konsep produk ini adalah diluar jangkaan. Seorang penternak ayam di Johor mendapati ayamnya berjangkit dengan penyakit sakit mata. Apabila ia menyedari tentang masalah itu, ia mengasingkan ayam-ayam yang berpenyakit dari ayam-ayam yang sihat. Dia mendapati bahawa ayam yang berpenyakit makan sikit dan senang dijaga. Perbezaan sungguh dramatik sehingga pegawai dari Jabatan Penternak bertanya bagaimana kelakuan ayam ini boleh dicipta untuk ayam-ayam lain.

...2/-

AMP 400

Cara-cara kimia atau genetik pun tidak dapat mengurangkan penglihatan ayam supaya berkelakuan baik tetapi dengan menggunakan lensa MO penglihatan ayam dapat dikurangkan untuk mendapat kelakuan baik. Kelakuan ini mempunyai implikasi ekonomik yang penting untuk penternak-penternak ayam.

Pada penghujung tahun 1985, lensa MO telah diujikan di beberapa tempat ternakan ayam di Johor dan Negeri Sembilan dengan mendapat keputusan yang baik sekali. Encik Amir yakin bahawa masa telah tiba untuk berhenti merasa was-was tentang produk ini boleh berjaya atau tidak dan mula memasarkannya. Jadual masa masih belum ditentukan tetapi Encik Amir harap lensa MO boleh diperkenalkan sekurang-kurangnya satu di kawasan pada pertengahan tahun 1986 dan pengedaran semenanjung akan dicapai paling lambat hujung tahun 1988. Sebabnya Encik Amir menerangkan:

Patent dan lesen kita hanya dapat menghalang persaingan untuk tiga tahun sahaja. Kalau kita berjaya, saya percaya syarikat-syarikat persaingan yang besar akan cuba bersaing dengan kita. Dalam tahun 1992 kita akan nampak syarikat-syarikat besar akan memasuki pasaran dan persaingan akan menjadi sengit. Kalau kita hendak mengecapi keuntungan hasil daripada kerja pembentukan, kita mesti menjadi kuat untuk bersaing dengan mereka. Untuk berbuat sedemikian, kita mesti menjadi syarikat dengan berbagai produk yang dapat memberi perkhidmatan yang efektif diseluruh Malaysia.

LATARBELAKANG SYARIKAT

Lensa MO telah dicipta oleh Encik Hassan Nordin (bapa kepada Encik Amir). Dia berkerjasama dengan Encik Zahir, pemilik ladang ternakan ayam di Johor. Encik Hassan telah mereka bentuk lensa asal dan menguji di ladang ternakan ayam Encik Zahir. Usaha-usaha mereka menarik perhatian Encik Kamarul seorang perniaga yang telah melaburkan \$5,000 kepada ciptaan ini. Ketiga-tiga mereka menubuhkan satu syarikat untuk memasarkan lensa ini.

...3/-

AMP 400

Ujian lensa keatas ayam Encik Zahir telah menunjukkan beberapa masalah teknikal. Prototaip awal tidak tahan lama dalam mata-mata ayam dan selalu terkeluar. Dan lensa itu menyebabkan ayam sakit mata dan kerap menjadi penyakit dalam masa bertelur (12 bulan sepanjang hayatnya). Kedua-dua masalah ini adalah serius sebab kata Encik Amir, "Penternak tidak ada masa untuk melihat jika lensa itu masih ada dalam mata ayam atau jika mata ayam mula menjadi merah".

Masalah lensa terkeluar dari mata boleh diatasi dengan mengubahsuaikan saiz lensa dan MO telahpun mendapat patent untuk lensa ini. MO telah mendapati bahawa sakit mata boleh diatasi dengan membuat lensa daripada plastik lembut yang dipanggil 'hydrophilic polymer.' Patent untuk plastik ini yang juga digunakan oleh Baush and Lomb untuk kanta lensa manusia dipegang oleh New World Plastics. Kos pengeluaran untuk pasaran ayam terlampau mahal dan MO tidak ada bahan alternatif selain daripada menggunakan plastik lembut ini. MO terpaksa memberhentikan usaha-usahanya untuk memasarkan lensa itu. Syarikat MO mengambil keputusan untuk berhenti perniagaannya buat sementara waktu.

Pada tahun 1984 Encik Hassan menyuruh anaknya Encik Amir menghubungi New World Plastics jika ada perkembangan dalam hydrophilic polymer. Encik Amir mendapati bahawa sekarang plastik ini boleh dibentuk untuk mata ayam. Encik Amir mendapatkan lesen jangka panjang dari New World Plastics untuk menggunakan plastiknya secara eksklusif untuk kegunaan ayam.

Mengikut perjanjian dalam lesen itu, New World Plastics berjanji tidak akan mengeluarkan plastik polimer ini kepada syarikat-syarikat yang lain untuk digunakan dalam pasaran binatang ternakan. New World Plastics juga berjanji tidak akan menjalankan kerja-kerja pembangunan berhubung dengan polimer untuk syarikat-syarikat lain. MO pula berjanji membayar New World Plastics \$50,000 (\$25,000 setahun untuk 2 tahun) dan membeli lensa-lensa eksklusif dari New World. New World akan mengeluarkan lensa-lensa ini dan jual kepada MO dengan harga pukal \$0.032 sepasang tidak kira berapa kuantiti yang dibeli. MO pula membekal New World dengan mesin 'injection-mold' dengan harga \$12,000 sebuah. Setiap mesin mold ini berkeupayaan mengeluarkan 7.2 juta pasang lensa setahun dan mesin ini boleh digunakan untuk 15 juta pasang sepanjang hayatnya.

...4/-

AMP 400

Semasa perundingan dengan New World, Encik Amir telah membeli 25% stok MO dari pemiliknya dahulu dan dilantik sebagai ketua eksekutif syarikat itu. Selepas perjanjian dengan New World diselesaikan, Encik Amir meminjam \$200,000 dari Bank Pembangunan. Di masa yang sama Encik Zahir menjadi pengurus pemasaran dan kedua-dua mereka mula menyumbang sepenuh masa kepada MO. Pada penghujung 1985, mereka menjadi pekerja sepenuh masa walaupun Encik Hassan dan Encik Kamarul hanya menjadi pemilik saham yang aktif.

INDUSTRI PENTERNAKAN AYAM

Ternakan ayam untuk daging dan telur bermula kebanyakan di halaman kampung. Pada tahun 1930 ladang untuk ayam telur yang terbesar terletak di Johor dengan 2,000 ekor ayam. Ayam-ayam tidak dikurung tetapi dilepas dan telur-telur dikutip dua kali sehari.

Dalam usaha untuk meningkatkan keberkesanan pengeluaran telur, penternak-penternak di Johor mulai menyimpan ayam-ayam mereka dalam bangunan-bangunan besar. Inovasi ini mula digunakan oleh penternak-penternak di negeri-negeri lain. Perubahan dalam saiz dan bilangan ladang ayam telah mengubah corak pengurusan ladang ayam. Masalah menguruskan ladang ayam akan kerap mengikut saiz seperti berikut:

- (a) Ladang kecil (kurang 10,000 ekor). Ladang-ladang ini kerap diuruskan oleh satu keluarga. Mereka akan menjual telur ayam kepada kedai-kedai runcit yang kecil ataupun menjual di rumah mereka. Ayam akan disimpan di rumah ayam yang boleh menampung 1,000 - 2,000 ekor ayam. Ladang-ladang seperti sedang berkurangan pada kadar 25% setahun.
- (b) Ladang sederhana (10,000 - 50,000 ekor). Ladang saiz ini akan diurus secara profesional dan dimiliki oleh penternak sendiri. Penternak akan melakukan tugas-tugas pentadbiran dan membuat semua keputusan mengenai operasi ladangnya. Penternak mesti mempunyai kemahiran peniagaan dan pertanian. Penternak akan mendapat aliran tunai tahunan \$375,000 untuk diuruskan. Dia akan mengurus-niaga dengan pembekal-pembekal korporat. Kemungkinan besar dia akan mengurus-niaga dengan pembeli-pembeli korporat untuk telurnya. Satu transaksi tunai boleh sampai \$35,000.

...5/-

- (c) Ladang besar (melebihi 50,000 ekor). Ladang seperti saiz ini adalah sama seperti syarikat kecil. Pentadbiran ladang ini adalah kompleks dan memerlukan kemahiran dan usaha ramai pekerja. Ladang ini akan menggunakan 100 atau lebih pekerja dan akan mempunyai aliran tunai tahunan sebanyak \$12 juta. Ladang ini akan ada kemudahan penyediaan makanan ayam berharga \$500,000. Telur akan dijual melalui perundingan kontrak yang komplek dengan pejabat wilayah rangkaian supermarket. Tahit ayam akan diproses untuk dijadikan baja untuk dijual kepada petani-petani dikawasan yang sama. Setiap rumah ayam di ladang seperti ini akan mempunyai 5,000-10,000 ekor ayam.

Berasaskan perangkaan kerajaan, Encik Amir menganggarkan populasi ayam di Malaysia akan bertumbuh sedikit pada masa akan datang:

1985	457.0 Juta ekor
1986	461.6 Juta ekor
1987	466.2 Juta ekor
1988	470.8 Juta ekor
1989	475.6 Juta ekor

80% dari ayam-ayam ini adalah dari 3% ladang-ladang yang mempunyai 10,000 atau lebih ekor ayam. Encik Amir percaya bahawa ladang perlu ada sekurang-kurang 10,000 ayam jika MO ingin menjual dengan mendapat keuntungan yang dirancangan. Tetapi penembusan 50% ladang-ladang ini adalah ramalan optimistik dalam 5 tahun.

KEGANASAN DIKALANGAN AYAM

Ayam adalah burung sosial dan masyarakat ayam mempunyai struktur sosial yang tetap. Peraturan status diantara ayam bermula apabila ayam berumur 8 hingga 10 minggu. Mengikut seorang perunding ayam, "Aturan status ini adalah cara ayam mengenali ayam lain dalam kumpulannya dan perlawanan akan membentuk satu jenis hieraki organisasi sosial".

...6/-

Perunding itu percaya bahawa ayam akan mengenali balung atas kepala dan posisi kepala ayam lain sebagai aturan sosial. Ayam yang dominan akan membawa kepala ini lebih tinggi dan ayam yang kurang dominan akan menurunkan kepala mereka. Apabila ayam yang kurang dominan membawa kepalanya terlampau tinggi, ia akan dipatok oleh ayam lain yang dominan sehingga ia menurunkan kepalanya. Kegiatan patok-mematok ini terlampau kerap sehingga ayam menjadi ganas. Apabila ayam yang kurang dominan memasuki kawasan lain, ia akan dipatok oleh ayam dominan yang menguasai kawasan itu. Keganasan ini berbeza mengikut jenis ayam dan ayam yang lebih produktif akan lebih ganas.

Ayam yang kurang dominan kadang-kadang dibunuh oleh ayam-ayam lain dan mereka tidak dapat makan dengan sempurna. Ayam-ayam yang kurang dominan akan kurang bertelur. Ayam yang mati akan mengganggu aturan status kumpulan ayam.

Memotong paruh supaya menjadi tumpul dapat mengurangkan ayam dari membunuh dan memakan ayam-ayam yang lain. Proses pemotongan paruh ini tidak mengganggu peraturan dan ayam tidak boleh menggunakan paruhnya sebagai senjata. Operasi memotong paruh ayam adalah proses yang senang. Dengan menggunakan pisau panas, paruh ayam dipotong supaya tidak menjadi tajam. Pisau panas dapat mengurangkan paruh yang dipotong daripada berdarah. Operasi ini menyebabkan ayam ketakutan dan menyebabkan penurunan berat badan (sementara). Pengeluaran telur juga terjejas dan penternak akan kehilangan sebiji telur seminggu.

Kalau paruh dipotong terlampau pendek, ayam itu akan susah hendak makan dan kalau masih panjang, ia boleh bertumbuh semula. Pemotongan paruh mengganggu aturan dalam kumpulan ayam dan menimbul ketegangan di antara ayam-ayam.

Pengalaman telah menunjukkan bahawa pemotongan paruh dapat mengurangkan kematian. Kadar kematian antara ayam yang mempunyai paruh adalah 25% dan 9% apabila paruh dipotongkan.

Pemotongan paruh akan dilakukan pada minggu-minggu awal selepas ayam yang berumur 20 minggu dibeli. Pekerja-pekerja ladang atau syarikat luar akan memotong paruh ayam. Kos memotong paruh adalah kos buruh. Tiga pekerja yang berpengalaman, seorang mendapat \$2.50 sejam, dapat memotong paruh 250 ekor ayam sejam.

...7/-

LENSA MO

Encik Amir rasa bahawa kanta lensa MO adalah produk yang pertama selain daripada proses pemotongan paruh dapat meminimalkan kesan-kesan negatif yang berlaku kepada ayam. Ayam yang memakai lensa MO ini akan tidak dapat melihat dengan baik. Penglihatannya akan menjadi kabur. Ayam tidak boleh lagi mengenali balung ayam lain dan apabila ayam itu hendak makan, ia terpaksa menurunkan kepalanya untuk mencari makanan. Maka dengan ini aturan tidak ada dan ayam berkelakuan baik.

Lensa MO adalah sama seperti lensa untuk manusia, tetapi ia lebih besar dan berwarna kemerahan. Apabila ditanya kenapa lensa ini diwarnakan merah, Encik Amir menjawab:

"Ayam, seperti binatang lain, beraksi secara psikologi terhadap warna dalam persekitarannya. Kita telah mendapati bahawa apabila warna persekitaran ayam ditukar, ia akan berkelakuan berlainan. Selera makan dan kadar kematangan seks juga berubah dan ini mengurangkan keganasannya. Apabila ayam diletakkan dalam persekitaran berwarna merah, kematian melalui keganasan ayam berkurangan. Warna merah dan kekaburan melalui lensa akan menyebabkan ayam tidak berdaya untuk mengganas. Kajian kita menunjukkan kematian ayam berkurangan sebanyak 4.5% apabila lensa digunakan daripada memotong paruh".

Lensa MO besar daripada pembukaan mata supaya lensa itu tidak terkeluar. Kelopak mata akan menutup dan membuka di atas lensa sementara mencucinya seperti semulajadi.

Encik Amir menganggarkan bahawa tiga pekerja yang mahir dapat memasukkan lensa kepada 225 ekor ayam sejam. Memasukkan lensa tidak menyebabkan ketakutan dan ayam itu akan menjadi biasa selepas beberapa jam. Kehilangan telur ataupun kekurangan berat badan tidak muncul dengan proses ini.

Encik Amir merasa ragu jika lensa itu boleh digunakan semula untuk ayam-ayam yang lain. Lensa adalah susah untuk dikeluarkan dan bukannya senang untuk membersihkan lensa-lensa itu. Kalau dibersihkan dengan menggunakan air panas akan menyebabkan lensa menjadi cair.

...8/-

Selain daripada mengurangkan kematian dan kehilangan keluaran telur, lensa ini dapat mengurangkan kos makanan. Ayam yang dipotong paruhnya dapat makan kalau palungnya (tempat makan) berukuran sekurang-kurangnya 3/8 inci dalam. Penternak boleh mengurangkan dalam palung ayam kepada tepat 3/8 inci jika ia menggunakan lensa MO.

Seorang pakar dari pihak Kementerian Pertanian mendapati bahawa makanan terbang setiap 100 ekor ayam dapat dikurangkan daripada 24.46 paun apabila palung makan berukuran 2 inci dalamnya kepada 23.68 paun apabila palung itu 1 inci dalamnya. Ini bermakna penternak dengan 20,000 ekor ayam boleh menjimat 156 paun makan sehari dengan mengurangkan ukuran palung makanan dari 2 inci kepada 1 inci. Kos makan untuk ayam ialah \$156 setiap ton makan ayam dan penternak boleh menjimatkan kos. Mengikut Encik Amir, lensa MO dapat membenarkan penternak mengurangkan kedalaman palung makan itu kepada 3/8 inci .

Ayam yang menggunakan lensa ini tidak begitu nampak dan ia tidak akan buang makan keluar dari palung. Walaupun Encik Amir tidak tahu sangat tentang kajian-kajian yang telah dibuat, dia merasai bahawa penternak yang masih mengekalkan 1 atau 1.5 inci palung untuk ayam (yang tidak menggunakan lensa) akan mendapati bahawa kos makanan ayam akan melambong.

MEMBENTUK SATU STRATEGI PEMASARAN

Apabila Encik Zahir mula membentuk rancangan pemasaran, dia memikirkan tentang keperluan untuk memikir dengan besar sementara mengambilkira aset yang terhad. "Masa depan untuk lensa ini nampaknya cerah," kata Encik Zahir. "Masalahnya ialah untuk mencapai potensi produk secepat-cepatnya dengan tidak membebankan sumber kewangan dan pengurusan." (Lihat Rajah 3).

Dalam perbincangan dengan Encik Amir, Encik Zahir telah mencadangkan beberapa tindakan. Pertama, sudah tentu lensa ini akan memasuki pasaran melalui kawasan demi kawasan bermula dengan negeri Johor. Secara kasar, dia anggarkan kos tahunan untuk pejabat kawasan di Johor dengan gudang akan menelan belanja \$196,000 (Lihat Rajah 4), \$40,000 untuk setiap jurujual (termasuk perbelanjaan mereka) dan \$35,000 untuk setiap wakil teknikal.

...9/-

AMP 400

Dia rasa bahawa pada mulanya setiap jurujual harus melawat tidak lebih daripada 80 ladang dan perlu ada seorang wakil teknikal untuk setiap lima jurujual. Wakil teknikal akan memastikan lensa MO digunakan supaya memaksimumkan faedah kepada penternak.

Kedua, Encik Zahir dan Encik Amir setuju bahawa harga minima ialah \$20 setiap kotak yang mengandungi 250 pasang atau \$0.08 setiap pasang. Harga ini seakan sama jika penternak menggunakan cara memotong paruh, tetapi penternak dapat faedah yang lebih daripada \$0.08 setiap ayam. Penternak dapat mengurangkan kematian, ketakutan ayam dan lebih penjimatan makanan. Encik Zahir khuatir bagaimana hendak meyakinkan penternak tentang faedah-faedah ini sebelum mereka mendapat pengalaman lensa-lensa ini. Dia rasa harga yang tinggi memerlukan jualan yang intensif dan penyebaran maklumat teknikal. Semua ini akan meningkatkan kos tetap MO. Walaubagaimanapun dia teragak untuk mengguna harga rendah dan kemudian menaikkan harga. Sebabnya ialah:

- (a) Penternak adalah orang yang bebas pemikirannya dan mereka akan bersikap negatif jika mereka rasa ditipu.
- (b) Oleh kerana sumber kewangan terhad, kita mesti memaksimumkan pulangan seberapa cepat yang mungkin.

"Caruman yang tinggi," kata Encik Zahir adalah kritikal untuk perbelanjaan ibu pejabat, pejabat Wilayah, kos pengiklanan dan promosi. Inilah sebabnya Encik Zahir perlu memikir besar dalam perancangannya. Dia dan Encik Amir setuju bahawa MO harus memasarkan keseluruhan Malaysia dalam masa 2 - 3 tahun dan ini akan memerlukan 4 - 5 pejabat Wilayah. Pengiklanan bulanan dalam berbagai penerbitan adalah \$100,000 setahun dan ini termasuk pamiran perdagangan. Perbelanjaan ibu pejabat menurut Encik Amir akan meningkat daripada \$184,000 setahun pada isipadu 20 juta pasang lensa kepada:

- (a) \$614,000 pada 60 juta pasang; dan
- (b) \$1.2 juta pada 120 juta pasang.

Mengikut strategi Encik Amir, untuk menjadi syarikat yang mempunyai lebih daripada satu produk akan memerlukan sekurang-kurangnya \$250,000 setahun pelaburan untuk R & D apabila syarikat dapat keuntungan atau pinjaman dari institusi-institusi kewangan.

...10/-

AMP 400

Encik Zahir sedang duduk dalam pejabatnya dan memikir:

Ini masalah yang susah. Banyak yang telah dilaburkan. Hanya empat orang yang bertungkus-lumus bekerja di MO. Amir dan saya bekerja 50 jam seminggu dengan lensa ini. Kalau kita berjaya, ini akan mengubah seluruh perniagaan ternakan ayam.

Jawab semua soalan

1. Bagaimanakah anda dapat menganggarkan penjimatan untuk penternak (penjimatan dari kematian yang dikurangkan, makanan tidak terbuang dan keluaran telur tidak terjejas sebab ketakutan) apabila menggunakan lensa MO? Anggaran anda mesti berdasarkan ladang yang mempunyai 20,000 ekor ayam.

[25 Markah]

2. Strategi harga yang manakah (tinggi atau rendah) sesuai untuk mula memasarkan lensa MO?. Bincangkan.

[25 Markah]

3. Bentuk satu rancangan pemasaran untuk menlancarkan lensa MO?

[50 Markah]

...11/-

RAJAH 1

TREND LADANG AYAM 1964 - 1969

Saiz (ekor)	JUMLAH LADANG AYAM			JUMLAH AYAM		
	1964 %	1969 %	% Perubahan	1964 %	1969 %	% Perubahan
Dibawah 3,200	98.5	93.8	-61	22.9	13.0	-61
3,200 - 9,999	1.1	3.2	-28.9	21.0	14.9	-23.4
10,000 - 19,999	0.3	1.7	+35.6	14.1	18.0	+38.2
20,000 - 49,000	0.1	1.0	+82	18.1	22.4	+81.2
50,000 - 99,999	0.001	0.2	+83	6.4	11.2	+89.7
100,000 keatas	0.05	0.1	+50	7.5	20.6	+189.7
Jumlah			-61			+6.1

RAJAH 2

KOS PURATA SETIAP DOZEN TELUR DIKELUARKAN

		KOS/DOZEN TELUR*
Kos membeli seekor ayam	\$2.40	
Kos tambahan untuk ayam yang mati	\$0.21	
	<u>\$2.61</u>	11.9 sen
Kos makanan seekor ayam/setahun	\$7.04	32.0 sen
Kos Buruh		2.4 sen
Bekalan, cukai, utiliti dll.		1.8 sen
Kos-Kos lain		
Jualan yang dihantar balik		(0.3) sen
Kos penghantaran		(1.7) sen
Tunai bersuh dan kos buruh/dozen		46.1 sen
Susutnilai (15% nilai purata bangunan dan peralatan)		1.2 sen
Faedah (8% atas tanah, stok, dan nilai purata bangunan dan peralatan)		1.4 sen
Pengurusan setiap dozen		1.3 sen
Kos total setiap dozen		50.0 sen
Harga purata setiap dozen		53.0 sen
Keuntungan purata setiap dozen		3.0 sen

* Anggaran keluaran telur setiap ayam untuk setahun ialah 22 dozen.

...13/-

RAJAH 3

PENYATA BAGI SEPTEMBER 30 1984

Aset Masakini:

Tuani		\$200,025
Patent*	\$103,000	
Tolak susutnilai terkumpul	\$ 28,000	\$ 75,000
		<hr/>
Jumlah Aset		\$275,025
Liabiliti masakini		\$ 0
Pinjaman jangka panjang		\$ 0
Ekuiti Pemegang stok		\$275,025
Jumlah laibiliti dan ekuiti		\$275,025

* MO semasa ditubuhkan menilai patent untuk lensa pada \$103,000 dan disusutnilai sepanjang 17 tahun

RAJAH 4

RAMALAN KOS UNTUK PEJABAT WILAYAH DAN GUDANG DI JOHOR

Perbelanjaan Pejabat

Sewa, utiliti dll.		\$36,000
<u>Sumber Tenaga Manusia</u>		
Pengurus Kawasan	\$30,000	
Pembantu Pentadbiran	\$15,000	
Pengurus Teknikal	\$22,000	
3 Sekretari (@ \$10,000)	\$30,000	
Kerani Penghantaran	\$10,000	\$107,000
	<hr/>	
Perbelanjaan lain		\$ 53,000
		<hr/>
Jumlah kos ramalan setahun		\$196,000

oooo000oooo