

BAB 3 : ISI RUMAH SEBAGAI PENGGUNA**SPM2004/A/S3**

- (a) Rajah tersebut menunjukkan keluk permintaan yang mencerun ke bawah dari kiri ke kanan. Ia menunjukkan hubungan negatif antara harga dengan kuantiti diminta.

Apabila harga P_0 , kuantiti diminta ialah Q_0 , sekiranya harga jatuh kepada P_1 , kuantiti diminta bertambah kepada Q_1 .

Perubahan dalam kuantiti diminta bagi barang itu bergerak disepanjang keluk permintaan itu.

(b)

- (i) Peralihan keluk D_0D_0 ke D_1D_1 menunjukkan pertambahan permintaan barang itu walaupun harga sama.

- (ii) Sebab-sebab berlaku perubahan permintaan itu:

- **Cita rasa** iaitu kegemaran pengguna terhadap perabot tempatan telah meningkat kerana aliran fesyen dan penggunaan.
- **Harga barang pengganti** iaitu perabot diimport telah naik menyebabkan pengguna beralih kepada perabot tempatan.
- **Jangkaan masa hadapan** iaitu isi rumah menjangka harga perabot tempatan akan naik pada masa hadapan, maka mereka membeli pada masa kini menyebabkan permintaan naik.
- **Saiz penduduk** atau bilangan penduduk di suatu kawasan itu telah meningkat menyebabkan projek perumahan bertambah dan permintaan perabot tempatan turut bertambah.

(c)

- (i) Nilai keanjalan harga permintaan barang K

$$= \frac{\text{Peratus perubahan kuantiti diminta}}{\text{Peratus perubahan harga}}$$

$$= \frac{45\%}{30\%}$$

$$= 1.5$$

Nilai keanjalan harga permintaan barang M

$$= \frac{15\%}{15\%}$$

$$= 1$$

Nilai keanjalan harga permintaan barang N

$$= \frac{20\%}{40\%}$$

$$= 0.5$$

(ii) **Barang K**

Nilai keanjalan harga permintaan barang K adalah anjal iaitu kuantiti barang yang diminta berubah dengan kadar peratusan yang lebih besar daripada kadar peratusan perubahan dalam harga. Sedikit perubahan harga akan menyebabkan perubahan kuantiti yang lebih banyak. Jadi jika harga diturunkan dengan kempen promosi, hasil jualan akan bertambah dengan banyak. Ini akan memaksimumkan keuntungan barang K.

Barang M

Barang M mempunyai nilai keanjalan satu bermaksud kuantiti barang yang diminta berubah pada kadar yang sama dengan perubahan dalam harga. Jadi tidak bijak untuk menurunkan atau menaikkan harga barang M. Untuk memaksimumkan keuntungan barang M, cara lain perlu digunakan seperti memperbanyakkan penggunaan untuk menarik pengguna membeli lebih.

Barang N

Barang N mempunyai nilai keanjalan kurang satu atau tidak anjal iaitu kuantiti barang diminta berubah pada kadar peratusan yang lebih kecil daripada peratusan perubahan harga. Maka firma perlu menaikkan harga sedikit untuk mendapat hasil yang lebih tinggi daripada barang N.

SPM2005/A/S3

(a)

(i) Peranan isi rumah sebagai pengguna :

- Membuat pilihan terhadap barang dan perkhidmatan yang hendak dibeli.
- Menawarkan faktor-faktor pengeluaran kepada firma.
- Sebagai ganjaran menerima upah, sewa, faedah dan untung, penadapatan ini digunakan untuk berbelanja demi memenuhi keperluan dan kehendak.
- Sebagai seorang yang rasional, pengguna akan memaksimumkan kepuasan dalam penggunaan barang dan perkhidmatan.

(ii) Beras merupakan barang keperluan yang kita mesti ada untuk terus hidup. Ia juga dikenali sebagai barang mesti.

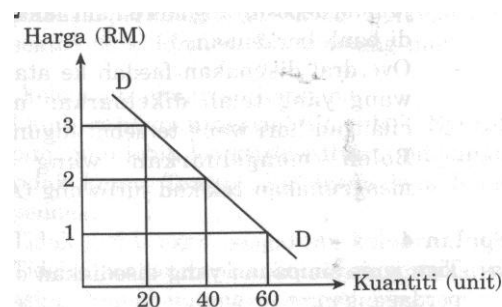
Anak patung merupakan kehendak untuk kita hidup dengan lebih mewah. Ia dikenali sebagai barang mewah.

Kita mesti memenuhi semua keperluan terlebih dahulu sebelum kita berbelanja untuk barang mewah.

SPM2006/A/S2

(a)

(i)



- (ii) Hukum permintaan pada 2(a)(i)
 Jadual menunjukkan kuantiti barang yang diminta pada pelbagai tingkat harga.
 Hukum permintaan menyatakan terdapatnya hubungan negatif/songsang di antara harga barang dan kuantiti.
 Cerun permintaan mencerun ke bawah dari kiri ke kanan.
 Apabila harga barang itu turun, kuantiti yang diminta meningkat dan sebaliknya.
 Apabila harga barang itu semakin meningkat daripada RM1.00 kepada RM2.00, kuantiti permintaan barang berkurang daripada 60 unit kepada 40 unit.
 Apabila harga barang itu turun daripada RM2.00 kepada RM1.00, kuantiti permintaan barang itu meningkat daripada 40 unit kepada 60 unit.
 Daripada jadual tersebut, didapati bahawa semakin tinggi tingkat harga, semakin kurang kuantiti barang yang diminta.

- (b) Tiga faktor yang mempengaruhi permintaan:

Harga barang itu

Apabila harga barang itu meningkat, kuantiti permintaan barang tersebut akan turun dan jika harga barang tersebut turun, maka kuantiti permintaan barang tersebut akan naik.

Harga barang lain (barang pengganti dan barang penggenap)

Bagi barang pengganti, kenaikan harga suatu barang menyebabkan permintaan barang penggantinya akan bertambah. Penurunan harga sesuatu barang menyebabkan permintaan barang penggantinya berkurang.

Bagi barang penggenap, kenaikan harga sesuatu barang menyebabkan permintaan barang penggenapnya menurun. Penurunan harga sesuatu barang menyebabkan permintaan barang penggenapnya bertambah.

Pendapatan Individu

Sekiranya pendapatan individu meningkat, maka pendapatan boleh guna akan turut meningkat dan menyebabkan kuantiti permintaan akan meningkat. Sebaliknya kuantiti yang diminta akan turun apabila pendapatan individu menurun.

Jangkaan harga masa depan

Sekiranya pengguna menjangkakan harga naik pada masa depan, permintaan barang itu akan pada masa kini bertambah. Jika pengguna menjangkakan harga barang itu akan turun pada masa depan, permintaan barang itu pada masa kini berkurang.

Cita rasa pengguna

Permintaan terhadap sesuatu barang akan bertambah jika terdapat perubahan cita rasa terhadap sesuatu barang.

Musim/Cuaca

Contohnya pada musim hujan, permintaan terhadap payung dan baju hujan akan meningkat. Begitu juga pada musim perayaan, permintaan terhadap pakaian akan turut meningkat.

Dasar kerajaan

Penurunan cukai dan pemberian subsidi dapat meningkatkan permintaan. Manakala kenaikan cukai dapat menurunkan permintaan.

SPM2007/A/S3

(a) Tiga faktor yang menyebabkan peralihan keluk tersebut:

Harga barang lain (barang pengganti dan barang penggenap)

Bagi barang pengganti, kenaikan harga suatu barang menyebabkan permintaan barang penggantinya akan bertambah. Penurunan harga sesuatu barang menyebabkan permintaan barang penggantinya berkurang.

Bagi barang penggenap, kenaikan harga sesuatu barang menyebabkan permintaan barang penggenapnya menurun. Penurunan harga sesuatu barang menyebabkan permintaan barang penggenapnya bertambah.

Pendapatan Individu

Sekiranya pendapatan individu meningkat, maka pendapatan boleh guna akan turut meningkat dan menyebabkan kuantiti permintaan akan meningkat. Sebaliknya kuantiti yang diminta akan turun apabila pendapatan individu menurun.

Jangkaan harga masa depan

Sekiranya pengguna menjangkakan harga naik pada masa depan, permintaan barang itu akan pada masa kini bertambah. Jika pengguna menjangkakan harga barang itu akan turun pada masa depan, permintaan barang itu pada masa kini berkurang.

Cita rasa pengguna

Permintaan terhadap sesuatu barang akan bertambah jika terdapat perubahan cita rasa terhadap sesuatu barang.

Musim/Cuaca

Contohnya pada musim hujan, permintaan terhadap payung dan baju hujan akan meningkat. Begitu juga pada musim perayaan, permintaan terhadap pakaian akan turut meningkat.

Dasar kerajaan

Penurunan cukai dan pemberian subsidi dapat meningkatkan permintaan. Manakala kenaikan cukai dapat menurunkan permintaan.

(b)

(i) Keanjalan harga permintaan

$$\begin{aligned}
 E_d &= \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \times \frac{P_1 - P_0}{P_0} \\
 &= \frac{2 - 4}{5 - 3} \times \frac{4}{3} \\
 &= \frac{-2}{2} \times \frac{4}{3} \\
 &= -1 \times \frac{4}{3} \\
 &= -\frac{4}{3} \\
 &= -1.33
 \end{aligned}$$

(ii) Tidak anjal [$E_d < 1$]

Peratus (%) perubahan harga lebih besar daripada peratus (%) perubahan kuantiti yang diminta.

SPM2008/A/S3

(a) Perbezaan keanjalan harga permintaan anjal dengan keanjalan harga permintaan tak anjal

Keanjalan harga permintaan anjal	Keanjalan harga permintaan tak anjal
Pekali keanjalan melebihi satu [$E_d > 1$]	Pekali keanjalan kurang daripada satu [$E_d < 1$]
Peratus perubahan kuantiti yang diminta melebihi peratus perubahan harga [$\% \Delta Q > \% \Delta P$]	Peratus perubahan kuantiti yang diminta kurang daripada peratus perubahan harga [$\% \Delta Q < \% \Delta P$]
Keluk permintaan landai	Keluk permintaan curam