



## INTISARI

Penelitian bertujuan untuk mengetahui jenis ikan arwana yang dipasarkan, saluran pemasaran dan margin pemasaran ikan arwana di Pasar Kanoman, Kota Cirebon. Penelitian studi kasus dilaksanakan dengan melakukan wawancara mendalam terhadap semua pedagang ikan arwana yang berjumlah tujuh orang. Jenis ikan arwana yang dipasarkan di Pasar Kanoman berjumlah enam, yaitu arwana merah, arwana emas, arwana hijau atau pino, arwana banjar merah, arwana jardini dan arwana silver dengan ukuran 12-30 cm. Arwana silver merupakan jenis yang paling banyak terjual dan jenis yang paling sedikit arwana banjar. Saluran pemasaran ikan arwana di Pasar Kanoman terdapat dua pola, yaitu: (1) saluran I terdiri dari produsen, pedagang grosir, pedagang Pasar Kanoman, dan konsumen akhir; (2) saluran II terdiri dari produsen, pedagang grosir, pedagang Pasar Kanoman, pengecer II, konsumen akhir. Margin pemasaran tertinggi diperoleh Indah Aquarium pada saluran pemasaran I, yaitu sebesar Rp5.500.000,00/ekor dengan jenis ikan arwana super red ukuran 21-30 cm dan margin terkecil diperoleh pedagang Leo Aquarium pada penjualan ikan arwana silver ukuran 12-20 cm di saluran II, yaitu sebesar Rp10.000,00/ekor.

Kata kunci : arwana, margin, Pasar Kanoman, pemasaran, saluran



### ***ABSTRACT***

The research aims to know the species of arowana, marketing channels, and marketing margins of arowana fish in Kanoman Market, Cirebon City. The case study was conducted through interview the entire population of arowana traders as respondents. The total number of respondents were seven. The number of six species arowana sold in Kanoman Market consist of super red, golden red, green arowana/ pino, banjar red, jardini, and silver arowana size 12-30 cm. Silver arowana is the most sold and the least arowana banjar. Arowana marketing channels in Kanoman market divided in two types: (1) the first channel consists of producer, wholesalers, Kanoman Market retailer, and consumer; (2) the second channel consists of producer, wholesalers, Kanoman Market retailer, small retailer, and consumer. The highest marketing margin obtained by Indah Aquarium at first marketing channel, amounting Rp5.500.000,00/ tail super red arowana size 21-30 cm and the smallest margin earned by Leo Aquarium at second marketing channel sale silver arowana size 12-20 cm, amounting Rp10,000.00/ tail.

Key word : Arowana, channel, Kanoman market, margin, marketing