

Etika Bisnis Islam vol. 1 No. 1 Agustus 2017:

**ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG MUSLIM (STUDI KOMPARASI ETIKA
BISNIS ISLAM DI KEDUNG OMBO DAN WANA WISATA GROBOGAN PURWODADI
JAWA TENGAH)**

Ayu Andriani

Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jl. Kaliurang km. 14 Sleman Yogyakarta

ABSTRAK

Penerapan konsep etika bisnis tidak bisa diremehkan. Bisnis menjadi peran penting bagi kehidupan sosial sepanjang masa. Seiring perkembangan zaman di era globalisasi yang kian menggerus aspek moral oleh mudahnya penyebaran pemahaman serta budaya-budaya yang menyesatkan dan merusak moral etika di kehidupan bersosial maupun bisnis, keterlibatan Muslim di perdagangan sangat terkait dengan pemahaman agama agar tidak ada perilaku penyimpangan. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku parapedagang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata, dan bagaimana komparasi penerapan etika bisnis Islam yang ada di Kedung Ombo dan Wana Wisata. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata, dan untuk menganalisis komparasi penerapan etika bisnis Islam yang ada di Kedung Ombo dan Wana Wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Purposive Sampling, sedangkan untuk menganalisis data digunakan metode analisis data yang bersifat kualitatif. Hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan nilai tauhid, khilafah, tazkiyah, dan ihsan sudah sesuai dengan nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islam. Sedangkan penerapan nilai ibadah masih belum sesuai dengan nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islam.

Kata kunci: Pedagang Muslim, Etika Bisnis Islam, Kedung Ombo dan Wana Wisata

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2014 penduduk miskin di kabupaten Grobogan (penduduk dengan pengeluaran per kapita per bulan di bawah Garis Kemiskinan) mencapai 290,827 juta orang (13,86 persen), berkurang sebesar 12,041 juta orang dibandingkan dengan kondisi pada tahun 2013 yang sebesar 278,786 juta orang (14,87 persen). Pemerintah harus tetap mencari cara dengan Pendekatan yang lebih komprehensif agar tingkat kemiskinan dapat menurun. Oleh karena itu dengan adanya pembangunan Nasional sumber daya manusia maupun sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara terus-menerus sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Salah satu cara peningkatan pendapatan dengan cara berbisnis atau berdagang. Bisnis dapat dijadikan sebagai perubahan kehidupan masyarakat dengan segala bentuk bisnis/usaha. Bisnis merupakan kegiatan manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Dalam pengelolaan bisnis dibutuhkan manusia yang baik. Dimana pengelolaan bisnis secara etik harus menggunakan landasan norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Adapun etika bisnis itu

sendiri adalah aplikasi etika umum yang mengatur dan menilai perilaku bisnis yang berisi norma moralitas. Sedangkan Etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok, dan masyarakat dalam konteks hubungan dengan Allah SWT dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan bernilai buruk. Maka dari itu, Waduk Kedung Ombo merupakan salah satu bendungan terbesar yang pernah dibangun oleh pemerintah. Potensi wilayah perairan Waduk Kedung Ombo yang dapat dikembangkan untuk usaha budidaya ikan adalah seluas 2.830 Ha, sedangkan yang telah diusahakan oleh masyarakat adalah seluas 28 Ha untuk budidaya ikan nila merah, karper, gurame, dan patin. Kedung Ombo memiliki keunggulan yang tidak banyak dimiliki oleh wisata alam lainnya. Pertama, Kedung Ombo memiliki ciri khas dengan luas areal yang sangat lebar. Kedua, memiliki destinasi kuliner yang sangat terkenal dengan rasa yang sangat disukai oleh wisatawan. Kedung Ombo memiliki areal parkir yang sangat lebar sehingga wisatawan menjadi merasa nyaman. Sama halnya dengan Kedung Ombo dan Wana Wisata berada di daerah dekat Kedung Ombo yang memiliki

keindahan dengan adanya pohon jati dan pohon mahoni. Selain untuk berfoto, Wana Wisata memiliki warung apung yang sangat nyaman. Dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa Kedung Ombo dan Wana Wisata memiliki daya magnet tersendiri bagi pecinta kuliner dan traveling. Persoalan yang terjadi di pasar sangat meresahkan. Beberapa oknum pedagang mulai berulah, timbangan yang digunakan pedagang tidak sesuai dengan hasil uji tera yang dilakukan pihak Dinas Koperindag Kabupaten Samosir dan akibat ulahnya sangat merugikan konsumen. Maraknya kecurangan yang dilakukan oleh beberapa pedagang yang tidak jujur itulah mengakibatkan kekecewaan konsumen. Sehingga banyak konsumen berpindah ke pasar modern atau supermarket. Maka dari itu, penyusunan ini dipandang perlu untuk menggali lebih dalam mengenai etika bisnis Islam di antara Kedung Ombo dan Wana Wisata. Persaingan bisnis akan dinilai etis apabila memenuhi aturan dan norma-norma yang ada. Etika bisnis Islam perlu diterapkan dalam pelaku bisnis Muslim agar tidak menzalimi pelanggan. Maka dari itu, penyusunan ini dipandang perlu untuk menggali lebih dalam mengenai etika bisnis Islam di antara Kedung Ombo dan Wana Wisata. dengan mengambil judul "Etika Bisnis Islam Pada

Pedagang Muslim (Studi Komparasi Etika Bisnis Islam Di Kedung Ombo Dan Wana Wisata Grobongan Purwodadi Jawa Tengah)".

1.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan tentang penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata Grobongan Purwodadi Jawa Tengah.
2. Untuk menganalisis dan mendiskripsikan tentang komparasi penerapan etika bisnis Islam yang ada di Kedung Ombo dengan Wana Wisata Grobongan Jawa Tengah.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Etika Islam

Istilah "etika" dan "moral" dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama., keduanya berasal dari dua asal kata yang berbeda tetapi mempunyai arti yang sama. Etika berasal dari kata "ethos", sebuah kata Yunani, sedangkan moral, asal katanya adalah "moralis", sebuah kata Latin. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (custom atau mores). Dengan demikian, etika adalah tindakan dan sikap yang dianggap benar atau salah. Pengertian etika dalam wacana Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu, atau lembaga, kelompok dan

masyarakat dalam interaksi hidup antar individu, antar kelompok atau masyarakat dalam konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allah SWT dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan buruk (Haryanto, 2009). Etika di dalam Islam mengacu pada dua sumber yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah atau Hadist.

2.2 Teori Bisnis Islam

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Etika bisnis adalah aplikasi etika umum yang mengatur dan menilai perilaku bisnis. Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan-aturan Islam (halal dan haram) (Al-Baqarah ayat 188, An-Nisa' ayat 29).

2.3 Teori Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain, bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan

sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan suatu landasan dalam menjalankan bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-sunnah untuk membedakan antara salah dan benar (Iltiham & Danif, 2016).

2.4 Definisi Pedagang Muslim

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan (Darmawati, 2012). Seorang usahawan Muslim dalam kegiatan usahanya harus memiliki kode etik yang bisa memelihara aturan Ilahi, jauh dari sikap serakah dan egoisme. Pada dasarnya kekayaan seseorang adalah milik Allah SWT, niat yang tulus dan usaha yang halal serta meninggalkan riba.

2.5 Konsep Wisata dalam Syari'ah

Kepariwisataan berbasis syari'ah dipahami sebagai produk-produk kepariwisataan yang menyediakan layanan keramah-tamahan yang memenuhi persyaratan syar'i. Hal ini berarti, orang-orang yang sedang berwisata, harus mematuhi larangan-larangan agama seperti: tidak terlalu berasik-asik di pantai dan kolam renang (bahkan dengan pasangan yang syah sekalipun), dengan mengenakan pakaian tidak syar'i, makan-makan di hotel atau restoran dengan menu hidangan yang mengandung babi dan alkohol, dan makanan lain yang haram.

3. PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Bendungan Kedung Ombo dan Wana Wisata Grobogan

Waduk Kedung Ombo merupakan salah satu waduk besar yang ada di Indonesia. Waduk Kedung Ombo terletak di perbatasan tiga kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Grobogan, Kabupaten Sragen dan Kabupaten Boyolali tepatnya di Kecamatan Geyer, Kabupaten Grobogan. Bendungan utama Waduk Kedungombo berada di perbatasan Desa Ngrambat dan Desa Juworo, Kecamatan Geyer, Kabupaten Grobogan.

3.2 Profil Wana Wisata

Wana Wisata adalah obyek-obyek wisata alam yang di dalam kawasan hutan produksi atau hutan lindung secara terbatas dengan tidak mengubah fungsi pokoknya.

3.3 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Muslim di Bendungan Kedung Ombo dan Wana Wisata Grobogan Purwodadi Jawa Tengah

Kedung Ombo menjadi pusat perhatian bagi para pecinta wisata, karena merupakan tempat wisata yang sedikit berbeda dari wisata lainnya dengan menjadikan bendungan sebagai khas wisata itu sendiri. Segala potensi yang ada di bendungan dapat dijadikan sebagai daya tarik. Para warga sekitar bendungan Kedung Ombo menjadikan sebagai peluang usaha untuk mencari tambahan pendapatan. Para pedagang Kedung Ombo memilih ikan sebagai pencarian utama, karena ikan tersebut diambil dari karamba yang di budidayakan oleh warga sekitar bendungan. Selain itu, bendungan pun dimanfaatkan pedagang untuk dijadikan destinasi air bagi pengunjung yang ingin melihat luasnya bendungan untuk sekedar keliling dengan menggunakan perahu motor. Sebagian besar pedagang beragama Islam, sehingga selayaknya menerapkan landasan Islam agar tidak mengabaikan nilai-nilai moralitas yang

biasanya muncul pada realita bisnis. Adapun nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis dalam perspektif Islam yang mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an di setiap aktivitas perdagangan seperti tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah, dan ihsan harus diterapkan dalam berdagang menurut (Muhammad, 2004).

3.4 Analisis Komparasi Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Muslim Di Kedung Ombo Dan Wana Wisata Grobogan Purwodadi Jawa Tengah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penyusun, maka dapat dilakukan komparasi dalam penerapan etika bisnis antara pedagang di Kedung Ombo dengan pedagang di Wana Wisata. Seluruh penjual di Kedung Ombo dan Wana Wisata menjual aneka ikan sebagai ciri khasnya, namun yang membedakannya ikan di Kedung Ombo tidak semua penjual mempunyai ikan yang segar dan baru diambil dari kolam atau karamba, sedangkan di Wana Wisata ikan segar yang baru diambil dari kolam atau karamba. Dalam menjualkan produknya setiap tempat wisata memiliki ciri khas dan promosi yang berbeda. Jika di kedung ombo ikan yang dijajakan dapat dipilih sendiri, sedangkan di Wana Wisata ikan sudah disajikan dari rumah makan tanpa pembeli memilih ikan sendiri. Berbeda dengan wisata di

Kedung ombo, Wana Wisata tidak hanya menyajikan makanan khas aneka ragam ikan tetapi ada wahana bermain yang memanfaatkan air dari bendungan Kedung Ombo itu sendiri seperti di warung apung milik Ibu Sulasih terdapat berbagai wahana misalnya fish food (nila, gurame, patin, betutu, dan karper/mas), water sport (kolam renang, waterski, jetski, bebek air, banana boat, speed boat, dan pemancingan) and adventure (downhill, jeep adventure, kereta mini, mini trail, ATV). Pada nilai dasar tauhid, niat utama para pedagang di Kedung Ombo dan Wana Wisata adalah untuk mencari tambahan rizki bagi keluarganya dengan menjual barang dan jasa yang halal yang di ridhai Allah SWT. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib setiap orang muslim. Segala proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Para pedagang di Kedung Ombo dan Wana Wisata hanya menjual barang dan jasa yang halal seperti menjual bermacam-macam jenis ikan air tawar dan wahana bermain. Cara berjualan para pedagang di Kedung Ombo dan Wana Wisata yang halal yakni dengan kejujuran atas produk barang dagangannya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di wisata bendungan Kedung Ombo dan Wana Wisata, yaitu:

a. Kedung Ombo

1) Tauhid

Penerapan nilai dasar tauhid sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni dalam niat para pedagangannya untuk mencari rezeki halal. Sebagian besar pedagang rutin melakukan kegiatan sosial keagamaan seperti pengajian, yasinan, dan membagi-bagi parcel untuk orang lain.

2) Khilafah

Penerapan nilai dasar khilafah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni menjalankan usaha dengan tidak menipu, memisahkan berat dan kualitas, serta tidak memberikan harga diatas kewajaran.

3) Ibadah

Penerapan nilai dasar ibadah belum sesuai dengan etika bisnis Islam, terdapat beberapa pedagang yang meninggalkan shalat saat dagangan ramai ataupun tidak ramai. Ada juga pedagang yang sengaja meng-qadha shalat karena dagangannya sedang ramai pada waktu shalat yang sebenarnya.

4) Tazkiyah

Penerapan nilai dasar tazkiyah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, jujur

dalam menyampaikan produk yang dijual.

5) Ihsan

Penerapan nilai dasar ihsan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, tidak ada perbedaan terhadap pembeli lokal maupun non-lokal serta memberikan hutang kepada sesama pedagang.

b. Wana Wisata

1) Tauhid

Penerapan nilai dasar tauhid sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni niat para pedagang untuk mencari rezeki dan keberkahan dari Allah SWT. Sebagian pedagang ada yang rutin melakukankunjungan ke panti asuhan.

2) Khilafah

Penerapan nilai dasar khilafah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni menjual dagangan yang masih baru atau fresh. Memberikan harga yang sedikit lebih mahal karena menambah kualitas dan aneka rasa.

3) Ibadah

Penerapan nilai dasar ibadah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, para pedagang tetap menjalankan shalat bahkan disaat dagangannya ramai dan para pedagang tetap memberikan rezeki untuk orang lain.

4) Tazkiyah

Penerapan nilai dasar tazkiyah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, produk dagangan telah menyantumkan harga sesuai berat timbangan di menu dagangan, pedagang memperlihatkan

dagangan yang baru di olah dengan mengambil produk di kolam dan karamba.

5) Ihsan

Penerapan nilai dasar ihsan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, para pedagang pun memberikan hutang kepada sesama pedagang sekitar yang membutuhkan bantuan.

c. Komparasi etika bisnis Islam pada pedagang Muslim di Kedung Ombo dan Wana Wisata

1. Tauhid

Penerapan nilai dasar tauhid memiliki persamaan antar sesama pedagang. Para pedagang telah melaksanakan aktivitas berdagang dengan menggunakan nilai dasar tauhid. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya niat, produk, dan kegiatan sosial yang dilakukan semata-mata untuk mencari berkah Allah SWT.

2. Khilafah

Penerapan nilai dasar khilafah memiliki perbedaan antar sesama pedagang. Masing-masing pedagang memiliki cara untuk mempertahankan dagangan dengan menambah fasilitas dan menambah menu masakan.

3. Ibadah

Penerapan nilai dasar ibadah memiliki perbedaan antar sesama pedagang. Masih terdapat pedagang di Kedung Ombo yang melalaikan shalat wajib saat aktivitas berdagang dan kurangnya ilmu pengetahuan tentang qada shalat. Serta kurangnya pedagang

Kedung Ombo yang enggan mensodaqohkan sebagian rezekinya.

4. Tazkiyah

Penerapan nilai dasar tazkiyah memiliki persamaan antar sesama pedagang. Dalam hal kejujuran produk dagangan, tanggung jawab atas produk dagangan.

5. Ihsan

Penerapan nilai dasar ihsan memiliki persamaan antar sesama pedagang. Dalam hal kebaikan bagi orang lain para pedagang telah menerapkan sesuai dengan nilai-nilai Islam, namun dalam hal kebersamaan memiliki perbedaan yakni tidak semua pedagang memiliki karyawan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Fitri (2012). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok. Unipdu.

Amalia, Fitri (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi. Al-Iqtishad.

Darmawati (2012). Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-Buahan Di Kota Samarinda). Fenomena.

Farid, M., & Amilatus, Z (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasuruan, Iqtishoduna.

- Hamid, Arfin. 2007. Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) ; Aplikasi dan Prospektifnya di Indonesia. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Haryanto, Rudi (2009). Moralitas (Paradigma Baru dalam Etika Bisnis Modern). Al-Ihkam.
- Hidayat, D., & Fadhillah dkk (2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat. JESTT.
- Iltiham, M., F., & Danif (2016). Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang. Malia.
- Jamroni (2013). Pilar Substansi Islam. Yogyakarta: DPPAI UII.
- Muhammad (2004). Etika Bisnis Islami. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Muhammad, & Alimin (2004). Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam. Yogyakarta: BPFE.
- Muslih, & Shawi, S (2004). Ma La Yasa'ut Tajiru Jablubu Abu Umar Basyir, penerjemah.) Jakarta: Darul Haq.
- Muslich (2010). Etika Bisnis Islami (cet-2). Yogyakarta: EKONISIA.
- Naqvi, Syed, N., H (2009). Menggagas Ilmu Ekonomi Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- PU, Departemen (2002). Bendungan serbaguna kedungombo dan pembangunan pengairan di wilayah sungai seluna (serang, lusi, juana), Semarang.
- Priyadi (2016). Unggul, Pariwisata Syari'ah. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Qardhawi, Yusuf (2001). Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Jakarta: Robbani Press.
- Rahardjo, M., Dawam (1990). Etika Ekonomi dan Manajemen. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Saifullah, Muhammad (2011). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah, Walisongo.
- Siregar, Rosnani (2015). Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Daya Beli Masyarakat, Tazkir.
- Sopingi, Imam (2004). Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' 'Ulum Al-Din. Iqtishoduna.
- Subagyo, Joko (1991). Metode Penyusunan dalam teori dan Praktek Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono (2009). Metode Penyusunan Bisnis. Bandung: Alfabet.

Supardi (2005). Metodologi Penyusunan Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press.

Syamsuddin, & Damaianti, Vismaia (2009). Metode Penyusunan Pendidikan Bahasa cet ke-3. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rivai, & Amiur, Arfa (2012). Islamic Business and Economic Ethics: Mengacu pada al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi. Lampung: Bumi Aksara.

Wasito, Hermawan (1995). Pengantar Metodologi Penyusunan Buku Panduan Mahasiswa. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

BPS (Februari, 2016). Garis Kemiskinan dan Jumlah Penduduk Miskin Kab. Grobogan 2014. Februari 12, 2016. <https://grobogankab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/10>