

MENCIPTAKAN PRODUK KREATIF DENGAN MENGGALI DARI SPIRIT NILAI BUDAYA “KAIZEN” DI JAWA BARAT

Sri Fadilah
Edi Sukarmanto
Dadan Hermawan Ilyas
Harlianto Utomo

Program Studi Akuntansi Unisba, Jl. Taman Sari No.1 Bandung
dilah71@yahoo.com, edi_arca@yahoo.co.id, dhermawan5960@yahoo.com

ABSTRAK

Kerativitas yang dibangun oleh masyarakat Jawa Barat banyak bersumber dari nilai-nilai yang sudah ada, diciptakan, dikreasikan dan dibangun dalam rangka untuk menghasilkan “sesuatu” yang baru. Untuk itu, sudah seyogyanya, bahkan seharusnya, pengembangan produk-produk diversifikasi sebagai wujud kreativitas dengan melihat kembali dan mengoptimalkan nilai-nilai budaya masyarakat Jawa Barat yang sudah ada. Hal tersebut sesuai dengan nilai budaya Kaizen (bahasa Jepang) yang artinya pencarian praktek-praktek terbaik di antara unit perusahaan/aspek masyarakat dalam rangka mencapai kinerja yang baik melalui kreativitas. Metode penulisan menggunakan studi literature/studi rujukan. Selanjutnya, Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Hasil dari kegiatan industri kreatif adalah produk kreatif. Produk kreatif terdiri dari produk kreatif yang berbasis budaya dan modern. Jawa Barat sebagai daerah yang memiliki nilai-nilai budaya tinggi. Untuk itu, seyogyanya nilai budaya “Kaizen” Jawa Barat harus dijadikan sebagai landasan dalam pengembangan industri kreatif yang pada akhirnya menghasilkan produk kreatif.

Kata kunci: *Industri Kreatif, Produk Kreatif, Nilai Budaya dan Kaizen*

1. PENDAHULUAN

Kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat banyak sekali menyandang gelar, diantaranya paris van java, kota kembang, kota selebritis, kota kuliner, kota fashion, kota wisata dan masih banyak lagi sebutan yang ditujukan untuk kota Bandung. Sebutan-sebutan tersebut amat sangat pantas disematkan untuk kota Bandung pada khususnya dan Jawa Barat pada umumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kota Bandung dan provinsi Jawa Barat sebagai daerah yang sarat akan kerativitas di segala aspek kehidupan, baik aspek bisnis, seni, budaya dan lainnya.

Selanjutnya, kerativitas yang dibangun oleh masyarakat Jawa Barat banyak bersumber dari nilai-nilai yang sudah ada, diciptakan, dikreasikan dan dibangun dalam rangka untuk menghasilkan “sesuatu” yang baru. Sebagai contoh, masyarakat sunda yang notabene merupakan masyarakat Jawa Barat sudah memiliki sejenis nasi yang bernama nasi timbel. Nasi timbel merupakan bentuk nasi yang dibuat memadat, berbentuk bulat panjang dan dibungkus dengan daun pisang. Kemudian, sebagai diversifikasi produk dari nasi timbel tersebut, saat ini sedang dan bahkan sudah populer dengan bentuk kerativitas nasi timbel tersebut seperti: nasi bakar, nasi pepes (pais=bahasa sunda) dan masih banyak istilah nasi-nasi lain. Untuk itu, sudah seyogyanya, bahkan seharusnya, pengembangan produk-produk diversifikasi sebagai wujud kreativitas dengan melihat kembali dan mengoptimalkan nilai-nilai budaya masyarakat Jawa Barat yang sudah ada. Hal tersebut sesuai