



## OUTBACK STEAKHOUSE

# MEMANJAKAN SELERA SELALU ADA TANTANGANNYA

◆ Bagi Prasoon Mukherjee, bisnis dan berbagi kepada masyarakat harus sejalan.

mengelola lebih dari 15 tahun resto ini di Indonesia, khususnya Jakarta. Ditemui di pengujung Ramadan, di salah satu restonya di Kuningan City, Jakarta, pria berdarah India ini berbagi kisah.

“Merujuk data statistik Bank Dunia, dalam 15 tahun terakhir, Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang kuat. Hal ini berdampak pada meningkatnya masyarakat kelas menengah,” kata Mukherjee yang bermukim di Singapura. “Kami mencoba masuk di kelas menengah dengan empat resto Outback Steakhouse hingga saat ini. Bisa dibilang sebuah perkembangan yang sangat cepat,” ujarnya menegaskan. Satu resto baru akan dibuka di akhir 2017 dan seperti empat resto yang telah ada lebih dulu, semua berada di Jakarta. Mengingat peluang menjanjikan berbisnis kuliner ini, ke depannya Mukherjee berencana memperluas pasar

dengan membuka cabang di Bali dan Bandung. “Dari total 12 Outback Steakhouse yang berada di luar Amerika, hanya ada di Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Singapura, Philipine, Malaysia serta Thailand,” ujarnya.

Selain merespons peluang kelas menengah yang terbuka lebar, Mukherjee punya alasan lain mengapa *brand* ini yang dipilihnya. “Outback adalah steak resto asal Amerika yang sangat terkenal di dunia. Masyarakat, termasuk mahasiswa Indonesia di sana sudah sangat mengenal resto ini. Mereka pasti akan mencari di negerinya sendiri,” kata Mukherjee. Ya, urusan makanan memang bukan sekadar memuaskan perut dan selera, tapi sebuah seni melayani pelanggan untuk sekadar bernostalgia atau melampiaskan rasa kangen, misalnya. Selain kualitas makanan, termasuk bahan mentah (daging sapi, domba,



ikan, dan sayuran) yang menggunakan kualitas terbaik dan sebagian besar diimpor, ada dua hal lainnya yang menurut Mukherjee sama pentingnya dalam berbisnis kuliner ini.

“Di Outback ini kami mengutamakan tiga hal. Pertama, kualitas makanan. Kedua, satu pelayan hanya melayani tiga meja agar lebih fokus. Ketiga, yang sangat penting adalah keberadaan *proprietor* (setingkat general manager), yang tugasnya memantau dan menjaga kelancaran di setiap gerai,” ujarnya. Atas dasar itu pula, pengusaha yang awalnya bergerak di bidang energi dan mendirikan perusahaan Universal Success Enterprises (USE) pada 1995 di India, berbagi salah satu kunci suksesnya dalam berbisnis. “Di setiap pintu masuk Outback Steakhouse, bisa kita lihat nama *proprietor*-nya. Saya rasa tak semua pengusaha asing memberlakukan penanganan manajemen yang terfokus, yang dilakukan manajer setempat. Menurut saya, ini

sangat penting memberikan kepercayaan kepada orang lokal untuk menjalankannya dengan baik demi kelancaran bisnis. Saya sebatas memberi supervisi secara umum,” ucap Mukherjee memaparkan.

Dalam menjalankan roda bisnisnya, dia juga tak lupa pada visi yang dipegang teguh, yakni mengembalikan apa yang kita terima kepada masyarakat. “Kami selalu berbagi untuk masyarakat. Menyumbangkan sebagian keuntungan untuk kegiatan sosial. Bisa dalam bentuk bantuan pendidikan bagi anak-anak, bantuan bagi kaum papa, penderita talasemia, dan banyak lagi,” tuturnya.

Kini dengan bisnis utamanya yang bergerak di bidang properti, tercatat sedikitnya memiliki 22 ribu properti, ribuan hektare tanah, serta pembangkit tenaga listrik dari energi panas bumi. Dengan keberhasilannya, Mukherjee ingin menebarkan kasih kepada sesama karena menurutnya, “Kita tak bisa hidup sendiri.” ●

Pengalaman rasa memang tak akan pernah berbohong, apalagi urusan makanan. Membawa Outback Steakhouse ke Indonesia, negeri yang masyarakatnya dikenal suka makan dan punya banyak referensi tentang makanan enak, tentunya tak mudah. Menikmati kuliner tak lagi sekadar kebutuhan atau gaya hidup, tapi sebuah seni. Outback Steakhouse berkonsep *casual dining*, menyajikan sebuah jamuan berkelas

untuk menikmati *steak* berkualitas dan tak sebatas mengelola bisnis waralaba, tapi seni memanjakan selera masyarakat.

Pada 2001, resto ini diperkenalkan untuk pertama kalinya kepada publik Indonesia. Hingga hari ini, Outback Steakhouse, yang merupakan resto *steak* ternama asal Amerika dengan konsep Australian Themed ini, selalu punya penggemar setia. Prasoon Mukherjee, pemilik waralaba Outback Steakhouse untuk wilayah Asia Tenggara, mengisahkan perjalanan seni