

Nurcaya : Pengusaha Industri Kopi Nur di Sungai Penuh Tahun 1959-2025

Aulia Cahya Ningrum^{1*}, Hendra Naldi²

^{1,2} Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

*auliachyanngm@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to trace Nurcaya's life journey in developing the Kopi Nur business in Sungai Penuh. The author was motivated to write Nurcaya's biography because she played a significant role in establishing a sustainable business based on local potential, whilst also enhancing the economic well-being of her family and the surrounding community. The research methodology employed was the historical method, comprising four stages: heuristics, source criticism, interpretation and historiography. The research findings show that Nurcaya started the Kopi Nur business on a modest scale in 1959. The development of the Kopi Nur business was marked by the expansion of marketing to the Pesisir Selatan through a credit system that began in the 1960s, packaging innovations involving the application of the 'Nur' brand in the 1980s, the employment of eight staff members in 1984, and a strategic decision following the 1995 Tanjung Bajure market fire not to produce coffee that had been exposed to smoke and water in order to preserve its flavour. In 2015, the elderly Nurcaya was assisted by her youngest son, Zefri Edison, in developing Kopi Nur by obtaining halal certification, securing a patent, launching social media promotions, and marketing into Malaysia.

Keywords: *Biography, Nurcaya, Entrepreneur, Kopi Nur, Sungai Penuh.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perjalanan hidup Nurcaya dalam mengembangkan usaha Kopi Nur di Sungai Penuh. Penulis tertarik untuk menulis biografi Nurcaya karena Nurcaya berperan penting membangun usaha berbasis potensi lokal keberlanjutan serta memperkuat kesejahteraan ekonomi keluarga dan masyarakat sekitar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode sejarah terdiri dari empat tahapan, yaitu heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Hasil penelitian menunjukkan Nurcaya memulai usaha Kopi Nur secara sederhana pada 1959. Perkembangan usaha Kopi Nur ditandai dengan perluasan pemasaran ke Pesisir Selatan melalui sistem nota utang-piutang yang dimulai pada 1960-an, inovasi kemasan dengan penempelan merek "Nur" pada 1980-an, penggunaan tenaga kerja sebanyak delapan orang di tahun 1984 serta keputusan strategis saat kebakaran pasar Tanjung Bajure 1995 dengan tidak memproduksi kopi yang terpapar asap dan air demi menjaga cita rasa. Pada 2015, Nurcaya yang sudah berumur dibantu putra bungsunya Zefri Edison untuk mengembangkan Kopi Nur dengan membuat sertifikasi halal, hak paten, promosi media sosial dan pemasaran ke Malaysia.

Kata Kunci: *Biografi, Nurcaya, Pengusaha, Kopi Nur, Sungai Penuh.*

PENDAHULUAN

Biografi adalah sebuah tulisan yang menceritakan perjalanan hidup seseorang yang ditulis oleh orang lain. Umumnya, biografi bertujuan untuk menyajikan gambaran latar belakang, peristiwa-peristiwa penting, pencapaian, serta pengalaman hidup dari tokoh tersebut (Kartodirdjo, 1992). Di Indonesia, penulisan biografi tidak hanya fokus pada figur-

figur besar atau publik, melainkan juga menjangkau tokoh dari kalangan masyarakat biasa yang dinilai memiliki pengaruh dan mampu memberikan inspirasi nyata bagi orang-orang di sekitarnya seperti seorang pengusaha (Agustin, 2016).

Nurcaya merupakan salah seorang yang berhasil memanfaatkan potensi kopi yang ada di Kerinci melalui keterlibatannya dalam membangun usaha Kopi Nur bersama sang suami Atin Rajo Medan. Nurcaya bukanlah sosok perempuan yang terhenti pada tugas tradisional perempuan sebagai istri dan mengurus rumah tangga, namun juga terlibat membangun dan mengelola usaha yang didirikannya (Hastuti, 2015). Keterlibatan ini berkaitan dengan pengalaman yang telah dimilikinya saat menginjak masa remaja ketika Nurcaya sudah mulai membantu orang tuanya (Ilyas St. Bandaro dan Darijam) di berbagai pekerjaan. Dalam prosesnya, Nurcaya terlibat dalam berbagai kegiatan yang diperlukan untuk menjalankan usaha, sehingga keberadaan usaha kopi tersebut tidak hanya menjadi sumber penghasilan keluarga, tetapi juga menjadi ruang bagi dirinya untuk berperan dalam mengolah dan mengembangkan potensi kopi yang terdapat di Kerinci (Wawancara dengan Edison, 2025).

Kopi merupakan salah satu komoditas hasil perkebunan yang memiliki nilai penting terhadap perekonomian Indonesia (Alpandari, 2024). Nilai komersial dari komoditas ini menjadi sumber penghasilan petani, devisa negara, pendorong agrobisnis dan agroindustri, penambah lapangan pekerjaan dan pendukung konservasi lingkungan (Yani et al., 2025). Pada umumnya, perekonomian di pulau Sumatera didominasi oleh sektor pertanian dan perkebunan, dimana salah satu komoditas yang dihasilkan adalah kopi. Tanaman kopi mulai ditanam secara besar-besaran di Sumatera sejak era tanam paksa oleh Belanda (Kurniawan, 2015). Hal ini membuat masyarakat Sumatera sangat akrab dengan tanaman kopi beserta pengelolaannya.

Kerinci merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Provinsi Jambi. Topografi wilayahnya yang terdiri dari dataran tinggi membuat wilayah ini memiliki iklim dan tanah yang cocok untuk ditanami kopi (Candaya, 2014). Kopi yang dihasilkan dari perkebunan di Kerinci memiliki kualitas yang baik sehingga dikenal dan diterima baik di pasar lokal maupun regional (Lamefa et al., 2020). Beberapa usaha pengolahan kopi di Kabupaten Kerinci antara lain Pabrik Kopi Pandawa Kincai, Kopi Kerinci Depati, ALKO Kopi (Alam Korintji), UPH Kopi Arabika Koerintji Barokah, AMKO Kopi (Arabika Montana Korintji), dan Koperasi Koerintji Barokah Bersama (KKBB). Selain itu, di Kabupaten Kerinci juga terdapat beberapa coffee shop yang mendapat dukungan dari Dinas Koperindag Kabupaten Kerinci serta Dinas UMKM Kota Sungai Penuh (Wulandari & Midawati, 2023).

Nurcaya memulai usaha kopi miliknya secara sederhana tahun 1959. Pengetahuan yang dimiliki Nurcaya tentang usaha dan pengelolaan kopi tidak didapatkannya di bangku sekolah formal, melainkan dari kehidupannya sehari-hari. Nurcaya kecil sudah dibawa ibunya bekerja membungkus kopi ke Siulak, disamping ayahnya merendang kopi. Hal ini menjadikan kopi sebagai sesuatu yang akrab dikenal dan sebagai mata pencarian utama

keluarga Nurcaya. Tak jarang, ketika hari libur, Nurcaya ikut bersama ibunya berjualan kopi ke balai-balai yang ada di Kerinci. Selain diajarkan cara membuat kopi, Nurcaya juga diajarkan cara untuk menjaga hubungan yang baik dengan pembeli. Kedua bekal pengetahuan inilah yang diterapkan Nurcaya dalam mengembangkan bisnis Kopi Nur miliknya sampai sekarang (Wawancara dengan Nurcaya, 2025).

Dalam mengembangkan usaha kopi, keberhasilan tidak hanya berdampak pada Nurcaya, tetapi juga mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitarnya (Wawancara dengan Hendri, 2025). Perjalanan hidup serta perjuangan yang telah dilalui dalam membangun usaha dari bawah patut mendapatkan apresiasi dan dijadikan sebagai panutan, terutama bagi generasi muda dan para calon wirausahawan yang ingin memulai usaha. Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini untuk mengabadikan kisah hidup dan upaya perjuangan di balik kesuksesan yang telah diraihinya.

Penelitian terdahulu tentang kopi Nur seperti dalam tulisan skripsi Feldisa Sekar Wulandari dengan judul *Industri Kopi Nur di Kota Sungai Penuh (1984-2019)*, lebih menekankan pada perkembangan industri Kopi Nur yang mendekati sejarah ekonomi, dan tulisan skripsi Widya Novitasari dengan judul *Analisis Nilai Tambah Pada Agroindustri Kopi Bubuk Nur di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi*, membahas mengenai proses pembuatan dan pendistribusian kopi itu sendiri. Namun, kajian tentang pengalaman pribadi dan peran Nurcaya dalam mendirikan dan mengelola usaha ini belum banyak dibahas. Selain itu, kebaruan dari artikel ini terletak pada penggunaan pendekatan biografis untuk memperlihatkan perjalanan hidup Nurcaya dalam membangun dan mempertahankan usaha Kopi Nur sebagai sebuah UMKM. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya membahas mengenai industri Kopi Nur, tetapi juga memperlihatkan peran sosok perempuan di baliknya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode sejarah yang sesuai dengan disiplin ilmu sejarah. Tujuannya adalah untuk merekonstruksi peristiwa di masa lampau secara sistematis dan obyektif (Herlina, 2020). Metode ini terdiri dari empat tahapan, yakni heuristik, kritik sumber, interpretasi dan penulisan sejarah. Helius Sjamsudin menjelaskan bahwa heuristik merupakan kegiatan mencari sumber-sumber yang memuat data sejarah, atau materi sejarah, atau evidensi sejarah (Sjamsudin, 2012). Tahapan pertama dari pencarian sumber ini adalah mencari sumber primer dan sekunder yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen berupa arsip, foto dan dokumen lainnya yang relevan dengan penelitian (Abdurrahman, 2007).

Dalam penelitian ini, pengumpulan sumber dilakukan melalui perolehan arsip berupa sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jambi tahun 2019, sertifikat merek, penghargaan lomba kopi dengan cita rasa terbaik dan berbagai macam koran-koran yang memuat informasi terkait Kopi Nur, fungsi dari sumber-sumber ini adalah sebagai bukti otentik dan data faktual yang memperkuat validitas sejarah serta legalitas usaha yang

diteliti. Kemudian, sumber lisan atau wawancara yang diperoleh dari tokoh yang bersangkutan, yakni Nurcaya, anak-anaknya (Ernawati dan Zefri Edison), Arni Arifin menantu dari Nursani kakaknya Nurcaya, Efrida Marni menantu dari Nurlela kakaknya Nurcaya, Adi yang merupakan cucu kakak Nurcaya, Hendri pegawai yang bekerja di toko dan pabrik Kopi Nur. Wawancara dilakukan dari tahun 2025 hingga 2026 di lingkup Kota Sungai Penuh, sumber ini berfungsi untuk menggali pengalaman subjektif, sudut pandang personal, serta informasi yang tidak tertulis dalam dokumen. Selain mengumpulkan sumber primer, peneliti juga melakukan studi kepustakaan di Perpustakaan Daerah Kota Sungai Penuh, Arsip Daerah Kota Sungai Penuh, Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Perpustakaan FIB Unand, yang berfungsi sebagai pembanding dan penguat analisis melalui kajian terhadap penelitian terdahulu.

Setelah tahapan pertama dicapai, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan kritik terhadap sumber yang telah didapatkan dengan tujuan untuk melakukan pencarian sumber. Kritik sumber dilakukan dengan dua cara yaitu kritik ekstern dan kritik intern. Kritik eksternal ialah cara melakukan verifikasi atau pengujian terhadap aspek-aspek “luar” dari sumber sejarah (Sjamsudin, 2012). Kritik sumber dilakukan untuk mengetahui kebenaran sumber berdasarkan sumber yang didapatkan. Sedangkan kritik internal menekankan aspek dalam sumber tersebut (Syamsul Bakri & Dinar Bela Ayu Naj’ma, 2020). Kritik sumber dilakukan dengan cara membandingkan isi dokumen atau antar karya yang saling berkaitan, guna melihat kesamaan dan perbedaan informasi yang terkandung di dalamnya. Sementara, kritik sumber lisan dilaksanakan melalui teknik triangulasi data, yaitu dengan mencocokkan keterangan yang diperoleh dari berbagai informan. Tahapan ketiga adalah interpretasi. Kegiatan ini merupakan proses penafsiran yang dilakukan penulis terhadap sumber sejarah yang telah melalui kritik sumber (Kuntowijoyo, 2003). Tahapan terakhir dari metode sejarah adalah penulisan sejarah. Pada tahapan ini, data-data yang telah dikumpulkan akan ditulis dengan deskriptif analitis sehingga bisa menjawab dan menjelaskan dinamika peristiwa sejarah yang terjadi.

PEMBAHASAN

Kehidupan Masa Kecil dan Pendidikan

Nurcaya lahir pada 1 Juli 1943 di Sungai Penuh. Nurcaya merupakan anak dari pasangan Ilyas St. Bandaro dan Darijam. Kedua orang tua Nurcaya berasal dari nagari Sungai Tanang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Dalam kehidupan sehari-hari Nurcaya kerap disapa dengan nama Nur, baik oleh keluarga maupun masyarakat sekitar. Nurcaya sendiri merupakan anak keempat dari empat bersaudara. Nursani merupakan kakak tertua Nurcaya, kemudian Khaidir dan Nurlela (Nurcaya, 2025).

Pada tahun 1943, Indonesia berada di bawah pendudukan Jepang. Pada masa itu, kondisi Jepang yang terlibat dalam perang dunia dua membuat wilayah pendudukannya terpuruk secara ekonomi, termasuk Sumatera Barat kala itu (Ajisman, Zusneli Zubir, Jumhari, 2012). Banyak dari orang Minang yang terdampak memilih untuk merantau,

meninggalkan kampung halaman dengan harapan mendapatkan tempat yang lebih aman dan harapan hidup yang lebih baik (Aprial, 2020). Kedua orang tua Nurcaya pada masa itu masuk ke dalam golongan yang merantau meninggalkan kampung halaman ini. Ilyas St. Bandaro dan Darijam meninggalkan Sungai Tanang menuju Kerinci dengan menempuh perjalanan darat menggunakan pedati, melewati jalan setapak dan hutan belantara, hingga akhirnya tiba dan menetap di Sungai Penuh, Kerinci (Nurcaya, 2025).

Setibanya di Kerinci, keluarga Nurcaya tinggal di sebuah rumah sederhana yang berlokasi dekat dengan pasar Tanjung Bajure. Nurcaya dan keluarga mulai merintis kehidupan baru di daerah rantau ini. Bagi kedua orang tua Nurcaya, tinggal di Kerinci dinilai lebih baik dan lebih aman karena sebagian besar keluarganya dari Sungai Tanang sudah banyak yang merantau ke Kerinci terlebih dahulu. Nurcaya dan keluarga juga tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam bersosialisasi dengan masyarakat Kerinci asli karena keduanya memiliki kebudayaan dan kekerabatan yang dekat (Refisrul & Ajisman, 2015).

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, ayah Nurcaya bekerja di sebuah perendangan kopi yang ada di Siulak. Ibu Nurcaya juga ikut bekerja sebagai pembungkus dan pedagang kopi ke balai-balai. Hal ini dilakukannya untuk membantu perekonomian keluarga. Nurcaya kecil bersekolah di wilayah Sungai Penuh. Dalam kesehariannya, Nurcaya bergaul dengan anak-anak para perantau Minang yang ada di Kerinci dan anak-anak keturunan Kerinci asli. Sikap ramah yang dimiliki Nurcaya membuatnya memiliki teman sepergaulan yang luas, tanpa membedakan suku, bangsa, ras dan agama. Tak jarang, di hari libur sekolah, Nurcaya ikut ibunya ke balai untuk berjualan kopi. Nurcaya dari kecil hingga remaja sudah memiliki kemampuan dasar dalam

membungkus dan menjual kopi, yang menjadi bekalnya dalam membangun usaha dikemudian hari (Wawancara dengan Nurcaya, 2025).

Ketika duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama, Ibunda Nurcaya meninggal dunia setelah beberapa lama mengalami sakit. Hal ini membuat Nurcaya remaja harus ikut dan tinggal bersama kakak tertuanya Nursani. Kehidupan keluarga Nursani kala itu yang juga sangat sederhana sebagai penjahit dan pengusaha kopi kecil-kecilan membuat Nurcaya harus sekolah sambil bekerja untuk membantu biaya sekolahnya. Setelah tamat di bangku SMP, Nurcaya sebenarnya ingin melanjutkan sekolah di bangku SMA seperti anak lainnya. Namun, Nursani tidak memiliki cukup uang untuk membeli sepatu, buku, seragam dan tas untuk sekolah Nurcaya. Akibatnya, Nurcaya hanya menamatkan sekolah sampai di bangku SMP. Memasuki usia 16 tahun, Nurcaya dikenalkan dengan Atin St. Rajo Medan yang akan menjadi suaminya. Akhirnya Nurcaya menikah dengan Atin St. Rajo Medan saat berusia 16 tahun (Wawancara dengan Ernawati, 2025).

Awal Perintisan Kopi Nur Tahun 1959

Setelah melangsungkan pernikahan, Nurcaya dibawa oleh suaminya untuk menetap di Lempur. Selama menetap di daerah tersebut, sumber penghasilan Nurcaya dan suaminya diperoleh dari kegiatan penjualan tembakau yang sudah di iris, lalu dijual kepada

masyarakat Sungai Penuh. Nurcaya menetap di wilayah tersebut hanya selama kurang dari satu tahun. Hal ini disebabkan oleh merebaknya kasus penyakit malaria yang menyebar di wilayah Lempur, sehingga Nurcaya bersama suaminya memutuskan untuk pindah dan menetap di Sungai Penuh demi menjaga kesehatan serta keberlangsungan kehidupan keluarga (Ernawati, 2026).

Setelah tinggal di Sungai Penuh, Nurcaya diberi masukan oleh kakaknya Nursani untuk kembali meneruskan usaha kopi orang tua. Hal ini dikarenakan besarnya peluang penjualan kopi di Kerinci dan masih sedikit orang yang menjualnya. Orang Kerinci biasa meminum kopi yang disebut *kawoa* dalam berbagai kegiatan, seperti pernikahan, upacara adat, kumpul keluarga, menyambut tamu dan lainnya (Bahar et al., 2017). Melihat peluang tersebut, Nurcaya setuju dengan masukan dari kakaknya dan membuka usaha kopi miliknya.

Nurcaya bersama suaminya Atin St. Rajo Medan menekuni usaha kopi yang mereka rintis dimulai tahun 1959. Untuk memulainya Nurcaya bersama suami akan mengurus urusan pembelian biji kopi, pengolahan kopi, membungkus, menjual, dan memasarkannya. Dengan kondisi yang terbatas, kopi Nur yang baru berdiri tidak dijual di toko seperti ruko atau toko oleh-oleh. Nurcaya lebih memilih memasarkannya dengan cara berjualan keliling atau di tepi jalan beralaskan terpal. Hal ini bertujuan agar tidak perlu mengeluarkan sewa tempat dan agar kopi Nur dapat dilihat oleh setiap orang yang berjalan di sekitar sana. Nurcaya membawa kopi di dalam karung setiap kali berjualan. Setibanya di tempat berjualan, kopi akan dimasukkan ke dalam *rangsang* dan dibungkus sesuai permintaan pembeli menggunakan *karisiak*. (Wawancara dengan Arni, 2026).



Gambar 1. Ilustrasi Karisiak Sebagai Pembungkus Kopi Tahun 1959

Sumber: Skripsi Feldisa Wulandari. (2023). Industri Kopi Nur di Sungai Penuh 1984-2019

Karisiak atau daun pelepah pisang kering yang dibutuhkan Nurcaya didatangkan dari para pengumpul yang mengirimkan bahan baku tersebut langsung kerumah Nurcaya. Dalam proses transaksinya, pembelian karisiak pada tahun 1959 masih menerapkan sistem tukar-menukar barang, yakni Nurcaya menukarkan daun pisang kering tersebut dengan komoditas beras.

Kepemimpinan dan Upaya Nurcaya dalam Mengembangkan Kopi Nur

Setelah merintis usaha kopi secara sederhana, Nurcaya mulai memperluas jangkauan dan daerah pemasaran kopinya. Perlu diketahui bahwa pada masa itu merek kopi Nur milik Nurcaya belum terdaftar secara resmi. Mengingat usahanya yang masih tergolong kecil, orang-orang pada masa itu hanya mengenali Kopi Nur sebagai kopi yang dibuat oleh Nurcaya yang kerap disapa Nur. Memasuki tahun 1960-an, Nurcaya mulai memanfaatkan peluang yang ada untuk memperluas usaha kopi miliknya. Pada masa itu, para pedagang yang berasal dari Pesisir Selatan dan Kerinci saling bertukar barang hasil bumi, salah satunya kopi. Di Pesisir Selatan diketahui belum ada pabrik kopi yang cukup besar dan dikenal luas, sehingga masyarakat disana mendapatkan bubuk kopi dari Kerinci. Hal ini dimanfaatkan oleh Nurcaya untuk memperluas jangkauan usaha miliknya (Nurcaya, 2025).

Proses jual beli keduanya dilakukan melalui transaksi nota utang-piutang. Kegiatan ini merupakan salah satu metode pembayaran dimana satu pihak menyerahkan uang atau barang kepada pihak lainnya dengan perjanjian akan dikembalikan atau dibayarkan pada waktu yang disepakati (Nurhaiza et al., 2023). Para juragan ikan, kelapa dan garam akan membawa barang dagangannya dari Pesisir Selatan ke Kerinci untuk dijual kepada pengepul. Namun, para pengepul ini tentunya harus menjual terlebih dahulu ikan, kelapa dan garam tadi untuk membayar uang milik saudagar dari pesisir. Untuk menangani situasi ini, para pengepul dan juragan pemilik hasil sepakat membuat nota utang-piutang sebagai bukti transaksi yang sah di antara mereka. Para saudagar dari pesisir akan pulang ke daerahnya dengan membawa hasil bumi dari Kerinci, salah satunya adalah kopi Nur. Untuk pembayaran kopi kepada Nurcaya, para saudagar akan memberikan nota piutang yang didapatkannya dari pengepul sebagai tanda bahwa pengepul tersebutlah yang akan membayar Kopi Nur yang dibawa saudagar tadi. Tentunya sistem ini dijalankan atas rasa jujur dan percaya antara ketiga pihak yang terlibat (Wawancara dengan Adi, 2026).

Pada kenyataannya, tidak semua pedagang masa itu mau melakukan transaksi jual beli dengan nota hutang-piutang. Hal ini dianggapnya rawan karena sewaktu-waktu barang dagangannya bisa saja dibawa lari tanpa dibayar. Namun, Nurcaya memilih jalan beresiko ini sebagai upaya memperluas usahanya. Nurcaya melihat bahwa dengan membawanya kopi Nur ke Pesisir Selatan akan membuat usahanya semakin luas dan dikenal. Keputusan berani yang diambil Nurcaya ini ternyata benar-benar berbuah hasil. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen dari wilayah pesisir dan kopi yang dibeli dalam jumlah besar. Untuk itu, Nurcaya berinisiatif untuk mengirimkan orang-orang yang dipercayainya ke daerah Pesisir, Sumatera Barat, dengan niat mengantarkan produk Kopi Nur kepada pembeli wilayah tersebut. Salah satu orang kepercayaannya adalah Yulius, anak dari Nursani. Dengan hal tersebut, terjadinya hubungan dagang yang terjalin antara Nurcaya dan masyarakat Pesisir secara berkelanjutan selama bertahun-tahun. Pada tahap ini, pengemasan produk masih sangat sederhana, yaitu dengan menggunakan koran, plastik dan pembungkus semen (Wawancara dengan Adi, 2026).

Memasuki tahun 1970-an, permintaan kopi untuk kebutuhan masyarakat di Kerinci dan Pesisir Selatan semakin meningkat. Kopi pada masa itu tidak hanya menjadi minuman

pada upacara adat atau perhelatan tertentu, namun juga sebagai minuman sehari-hari masyarakat terutama yang bekerja sebagai petani dan nelayan (Wawancara dengan Adi, 2026). Dengan meningkatnya permintaan dan pembelian kopi, hal ini tentunya berpengaruh terhadap pendapatan usaha kopi milik Nurcaya. Setelah memiliki cukup tabungan, Nurcaya memutuskan untuk membeli sebuah ruko yang kemudian ia manfaatkan sebagai tempat tinggal sekaligus tempat menjual produk Kopi Nur miliknya. Ruko tersebut terletak di jalan Hos Cokro Aminoto, Sungai Penuh (Wawancara dengan Edison, 2025).

Pada tahun 1980, dimulai dari ruko kecil miliknya, Nurcaya mulai melakukan inovasi terhadap kemasan kopi miliknya. Bubuk kopi yang semula dibungkus dengan karisiak dan kertas semen, diubah menjadi bungkus dari kertas kacang. Hal ini bertujuan agar pengemasan lebih cepat dan praktis. Selain inovasi dari bahan kemasan, pada tahun yang sama Nurcaya juga secara resmi menempelkan namanya “Nur” sebagai identitas kopi yang dijualnya. Kata Nur itu diambil dari namanya sendiri, Nurcaya, yang menjadikan merek tersebut memiliki hubungan personal yang mendalam dengan pemilik usaha tersebut. Penempelan merek ini dilakukan di setiap badan kemasan (Wawancara dengan Ernawati, 2025).



Gambar 2. Kemasan dan Stempel Nama Kopi Nur Sumber: Dokumentasi Perusahaan, Tahun 2010

Makna filosofi dari istilah "Nur" juga merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh Nurcaya dalam memilih merek yang tepat. Dalam bahasa Arab, "Nur" diartikan sebagai cahaya atau sinar. Nurcaya berkeyakinan bahwa penggunaan nama "Nur" ini akan menjadikan bisnis kopinya bersinar, bercahaya, serta selalu mendapatkan berkah dari Tuhan Yang Maha

Esa. Keyakinan tersebut sejalan dengan ajaran agama yang menyatakan bahwa setiap usaha yang dimulai dengan niat baik dan berdasarkan doa akan mendatangkan kebaikan bagi pelakunya (Wawancara dengan Nurcaya, 2025).

Sementara itu, pemberian merek di setiap badan kemasan kopi Nur bertujuan agar pembeli mudah mengenalinya dan membedakannya dengan produk tiruan. Menurut Nurcaya, karena kopi Nur sudah diketahui masyarakat luas, Kopi Nur palsu pun dibuat untuk mengelabui para pembeli. Hal ini diketahui Nurcaya ketika mendapatkan laporan

dari pembeli di wilayah pesisir selatan yang secara tidak sengaja membeli produk kopi Nur tiruan dan mengetahui cita rasanya yang berbeda. Maka sejak itu, kopi Nur mulai menggunakan stempel resmi di setiap kemasannya. Kepercayaan yang dibangun oleh penempelan merek "Kopi Nur" memberikan keuntungan besar bagi kelangsungan bisnis yang dijalankan oleh Nurcaya. Bersama suaminya, Atin St. Rajo Medan, Nurcaya memulai usaha pembuatan kopi bubuk dalam skala kecil ketika bisnisnya baru berdiri. Di awal perjalanan usaha, Nurcaya hanya dapat memproduksi sekitar 50 kilogram kopi bubuk setiap minggunya. Dengan meningkatnya permintaan dari konsumen, Nurcaya secara bertahap meningkatkan kapasitas produksinya sekitar 100 hingga 300 kilogram kopi bubuk setiap hari (Wawancara dengan Nurcaya, 2025).

Berkat semangat, kerja keras yang dimilikinya, usaha Kopi Nur yang dijalankan Nurcaya semakin-hari semakin besar. Hal ini tentunya menambah pundi-pundi keuangan keluarga Nurcaya. Nurcaya menginvestasikan uang yang dimilikinya dalam bentuk aset berupa tanah, ruko dan emas. Menurutnya, ruko yang dibeli bisa digunakan untuk toko penjualan kopi Nur agar orang tidak perlu susah payah lagi masuk ke dalam pasar untuk membelinya. Tanah yang dibeli bisa dimanfaatkan oleh anak-anaknya untuk membangun berbagai macam usaha untuk bekal kemandirian mereka berkeluarga kelak, sedangkan emas dibeli sebagai investasi jangka panjang karena harganya yang selalu mengalami kenaikan. Prinsip dan tekad yang kuat diajarkan sekaligus dicontohkan oleh Nurcaya kepada anak-anaknya. Nurcaya memperlihatkan bahwa sebagai perempuan, dirinya tidak hanya duduk diam menanti suami dan mengurus rumah. Bahkan, Nurcaya menjadi sosok utama dalam pendirian dan pengelolaan Kopi Nur sampai sekarang. Hal ini tentunya dilakukan Nurcaya dengan tidak mengesampingkan perannya sebagai istri dan seorang ibu. Nurcaya memperlihatkan bahwa perempuan selain mengurus rumah tangga, juga bisa menjadi figur yang membantu perekonomian keluarga (Wawancara dengan Marni, 2026).

Warisan, Regenerasi, dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Usaha Kopi di Sungai Penuh

Memasuki tahun 1990-an, usaha kopi yang dijalankan Nurcaya semakin besar dan sukses. Namun, di tahun 1995, usaha ini mendapat cobaan dimana pasar Tanjung Bajure mengalami kebakaran hebat. Ruko milik Nurcaya dan kakaknya Nurlela pada masa itu menjadi salah satu yang terdampak. Adi sebagai saksi kebakaran melihat sekitar satu ton biji kopi milik Nurcaya terkena asap dan air dari pemadaman kebakaran. Meskipun kopi tersebut masih dalam kondisi utuh dan bisa digunakan setelah dijemur, Nurcaya dan suaminya memutuskan untuk tidak memproduksi biji kopi tersebut. Hal ini dikarenakan asap dan air akan mempengaruhi cita rasa kopi yang dijual, yang mana hal ini tentu mengecewakan pembeli. Baginya, cita rasa dan kenikmatan kopi adalah hal yang utama yang perlu dipertahankan (Wawancara dengan Adi, 2026).

Untuk menjaga stok bubuk kopi penjualannya, Nurcaya mengambil stok biji kopi yang biasa dititipkannya di gudang-gudang hasil bumi di Sungai Penuh untuk di produksi. Biji kopi yang terdampak kebakaran tidak langsung dibuang, melainkan dijemur kembali

sampai kering. Setelah kering, biji kopi tersebut dibawa ke Padang untuk dijual. Namun, di Padang tidak ada pembeli yang sanggup membeli kopi tersebut dengan harga cukup tinggi. Hal ini dikarenakan meskipun kopi tersebut terdampak asap, biji kopi yang digunakan kopi Nur merupakan biji kopi pilihan dengan kualitas yang baik. Akhirnya, setelah beberapa saat diletakkan di Padang, biji kopi tersebut dibeli oleh perusahaan kopi nasional Kapal Api untuk kembali mereka olah. Hal ini disampaikan oleh Adi yang merupakan keponakan dari Nurcaya yang sejak kecil tinggal dan bekerja di Kopi Nur. Dengan cara ini, Nurcaya tetap dapat memperoleh kembali modalnya meskipun tidak jadi mengolah kopi tersebut (Wawancara dengan Adi, 2026).

Pada tahun 2000, Nurcaya kembali mendapatkan kemalangan. Sang suami Atin St. Rajo Medan meninggal dunia. Nurcaya beserta anak-anaknya diselimuti kesedihan selama beberapa saat. Namun, setelah itu Nurcaya kembali bangkit dan mengajak anak-anaknya untuk tidak berlarut-larut dalam kesedihan. Nurcaya kembali lagi membuka ruko dan berjualan seperti biasanya. Tugas yang biasanya dikerjakan sang suami kemudian dibantu oleh anak sulungnya yang bernama H. Fen. Pada tahun 2015, Nurcaya dibantu putra bungsunya Zefri Edison karena anak sulungnya sudah mengolah kopi secara mandiri. Di samping menjadi dosen, anak bungsunya membantu Nurcaya mengelola toko dan memasarkan produk kopi Nur melalui promosi media sosial, untuk pengambilan keputusan di bidang keuangan masih dipegang langsung oleh Nurcaya (Wawancara dengan Edison, 2025).



Gambar 3. Nurcaya memegang kemasan Kopi Nur Ziplock Sumber:
Dokumentasi Perusahaan, Tahun 2017

Inovasi kemasan dilakukan dengan zip lock sebagai penutup kemasan agar kopi lebih tahan lama. Selain itu, promosi kopi Nur juga diadakan dengan mengikuti kegiatan yang diadakan oleh pemerintah. Hal ini dilakukannya untuk memperluas usaha Kopi Nur dan semakin dikenal oleh berbagai pihak dari daerah lain. Usaha ini membuahkan hasil dimana Kopi Nur hadir menjadi pemenang terbaik kedua tingkat Provinsi Jambi. Selain itu,

melalui koneksinya, Zefri Edison juga memasarkan kopi Nur sampai ke Malaysia. Hal ini membuat kopi Nur semakin dikenal di Indonesia maupun negara tetangga (Wawancara dengan Edison, 2025).



Gambar 4. Nurcaya Menerima Piala Penghargaan Sebagai Bentuk Apresiasi Dari Gubernur Provinsi Jambi Tahun 2018.

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, Tahun 2018

Nurcaya di bawah bantuan Zefri Edison, Kopi Nur terus berkembang dengan ditandai bertambahnya ruko tempat penjualan kopi. Selain itu, Zefri Edison juga melakukan inovasi kemasan kopi Nur dan mendaftarkan sertifikat halal dan sertifikat merek. Hal ini dilakukan agar tidak terdapat pemalsuan kembali dan kepercayaan masyarakat terhadap Kopi Nur (Wawancara dengan Edison, 2025).



Gambar 5. Sertifikat Halal dan Sertifikat Merek Kopi Nur Sumber: Dokumentasi Pribadi, Tahun 2025

Sejatinya, kisah perjalanan hidup Nurcaya ini tidak hanya berdampak terhadap pengembangan usaha kopi Nur. Di balik itu, Nurcaya sendiri secara tidak langsung berhasil berkontribusi terhadap pengembangan industri kopi di Sungai Penuh. Beberapa merek kopi yang ada di Sungai Penuh seperti kopi Arafah, Gantino dan lainnya dirintis dan dikembangkan oleh orang-orang yang dahulunya pernah terlibat di Kopi Nur (Wawancara dengan Ernawati, 2025). Namun selama Kopi Nur berdiri, Nurcaya tidak pernah menganggap orang-orang yang berhenti bekerja darinya dan membuat usaha baru tersebut sebagai saingan. Menurutnya, semakin banyak kompetitor akan membuat kopi Nur terpacu untuk menjadi lebih baik dan lebih besar lagi (Wawancara dengan Nurcaya, 2025). Hal inilah yang membuat Kopi Nur tetap berdiri kokoh dan dikenal masyarakat luas sampai hari ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perempuan pada dasarnya tidak hanya menjalankan peran tradisional sebagai ibu rumah tangga, namun juga bisa menjadi peran utama dalam pengembangan usaha. Nurcaya dalam membangun dan mengelola usaha kopi Nur miliknya sudah memperlihatkan bagaimana kombinasi peran sebagai istri, ibu, perempuan dan pengusaha dapat berjalan berdampingan dan memperoleh kesuksesan. Keterlibatannya tidak hanya terbatas pada proses produksi, tetapi juga mencakup pengelolaan usaha, pemasaran, inovasi produk, serta pembangunan jaringan kemitraan yang mampu meningkatkan daya saing usaha kopi di tingkat lokal maupun regional. Dari pembahasan ini juga memperlihatkan bahwa industri kopi dapat menjadi ruang strategis bagi perempuan untuk mengembangkan sifat kepemimpinan, kreativitas dan kemandirian ekonomi. Dalam menjalankan usahanya, Nurcaya tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial semata, Ia berusaha menjaga kualitas, hubungan baik, identitas kopi khas Kerinci dan memperkenalkan kopi tersebut secara lebih luas lagi. Peran Nurcaya ini memperlihatkan bahwa perempuan mampu menjadi agen perubahan yang menghubungkan nilai-nilai budaya lokal dengan kebutuhan pasar modern melalui inovasi dan pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Penelitian ini sejatinya menegaskan bahwa perempuan dalam rantai industri kopi tidak hanya menjadi peran pendukung, melainkan juga sebagai peran sentral yang mampu berkontribusi terhadap perekonomian lokal, pengembangan identitas kopi daerah dan pemberdayaan masyarakat. Kisah Nurcaya memperlihatkan bahwa kebesaran suatu industri kopi tidak hanya bergantung pada besarnya jumlah komoditas, tetapi juga dipengaruhi oleh besarnya usaha, tekad dan ketelitian seorang perempuan dalam mengelola usaha. Tulisan ini diharapkan mampu menjadi referensi dan mengilhami penelitian lainnya terutama mengenai peran utama perempuan dalam bidang industri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdurrahman, D. (2007). *Metodologi Penelitian Sejarah*. Ar-Ruzz Media.
- Ajisman, Zusneli Zubir, Jumhari, E. A. (2012). *Sumatera Barat Dari Zaman Jepang Hingga Reformasi*. Padang Press.
- Herlina, N. (2020). *Metode Sejarah*. Bandung: Satya Historika.
- Kartodirdjo, S. (1992). *Pendekatan Ilmu Sosial Dalam Metodologi Sejarah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kuntowijoyo. (2003). *Metodologi Sejarah*. Tiara Wacana.
- Refisrul, & Ajisman. (2015). *Minangkabau dan Kerinci Hubungan Budaya dan Sistem Kekerabatan*. Padang: Balai Pelestarian Nilai Budaya Padang.
- Sjamsudin, H. (2012). *Metodologi Sejarah*. Penerbit Ombak.

Artikel :

- Agustin, N. M. (2016). *Asril Manan: Biografi Seorang Pengusaha di Kota Padang Tahun 1984-2009*. Universitas Andalas
- Alpandari, H. (2024). Pengembangan Potensi kopi Sebagai Komoditas Unggulan Kawasan Agropolitan Kabupaten Kudus. 21.
- Aprial, D. (2020). Tradisi Merantau pada Masyarakat Minang Kabau dalam Perspektif Teori Motivasi Abraham Masslow. *Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 5(2), 229–240.
- Bahar, M., Defrianti, D., & Fatonah, F. (2017). Fenomena Tradisi Minum Daun Kawo di Desa Ujung Pasir. *Titan: Jurnal Ilmu Humaniora*, 1(2), 142-155.
- Candaya. (2014). *Tinjauan Wilayah Wisata Kerinci*. 7–32.
- Damayanti, A. E., Wirjatmadi, B., & Sumarmi, S. (2023). Benefits of Coffee Consumption in Improving the Ability to Remember (Memory): A Narrative Review. *Media*

Gizi Kesmas, 12(1), 463–468. <https://doi.org/10.20473/mgk.v12i1.2023.463-468>

Kurniawan, H. (2015). Dampak Sistem Tanam Paksa terhadap Dinamika Perekonomian Petani Jawa 1830-1870. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 163–172. <https://doi.org/10.21831/socia.v11i2.5301>

Syamsul Bakri & Dinar Bela Ayu Naj'ma. (2020). Membangun Metodologi Penelitian Sejarah Untuk Pengembangan Islamic Studies. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 4.

Wulandari, F. S., & Midawati, M. (2023). Merekam Sejarah Industri Kopi Nur di Sungai Penuh (1984-2019). *Analisis Sejarah: Mencari Jalan Sejarah*, 13(2), 76–88. <https://doi.org/10.25077/jas.v13i2.113>

Yani, I., Erawati, M., Siska, F., & Yulia, R. (2025). Biografi Martin : Pengusaha Kopi Cap Matahari (2001-2023). *Puteri Hijau : Jurnal Pendidikan Sejarah*, 10(1), 163. <https://doi.org/10.24114/ph.v10i1.68878>

Wawancara :

Adi. (2026). *Kehidupan Nurcaya Pada Awal Pendirian Kopi Nur*. wawancara pribadi.

Arni, A. (2026). *Wawancara Kehidupan Nurcaya*. wawancara pribadi.

Edison, Z. (2026). *Wawancara Pengelolaan Kopi Nur*. wawancara pribadi. Ernawati.

(2026). *Wawancara anak kedua Nurcaya*. wawancara pribadi.

Hendri. (2025). *Wawancara dengan Pekerja Kopi Nur*. wawancara pribadi.

Nurcaya. (2025). *Wawancara Perjalanan Hidup*. wawancara pribadi.

Marni. (2026). *Wawancara Perjalanan Hidup*. wawancara pribadi.