

ABSTRAK

Hingga saat ini kopi masih menjadi primadona dalam perdagangan komoditas agrikultur global. Posisinya sebagai jenis minuman yang diterima secara universal lantas meningkatkan signifikansi kopi baik bagi negara produsen maupun konsumen. Brazil merupakan negara produsen kopi terbesar di dunia. Brazil menjadi kian menarik karena berhasil mempertahankan posisinya di tengah volatilitas pasar. Tantangan bagi Brazil tidak hanya datang dari sisi eksternal, tetapi juga internal. Pada akhir tahun 1980an terjadi perombakan dasar mekanisme perdagangan kopi dunia. Periode ini sekaligus merupakan masa-masa kritis bagi Brazil mengingat di saat yang sama Brazil mengubah haluan sistem perekonomiannya. Kompetisi dalam produksi kopi pun semakin ketat dengan menguatnya tingkat produksi di negara-negara produsen lain. Masa-masa sulit ini berhasil dilalui oleh Brazil, terbukti dengan posisinya sebagai negara produsen kopi terbesar yang sampai saat ini belum tergantikan. Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya yang dilakukan oleh Brazil untuk mempertahankan posisinya sebagai produsen terbesar dalam pasar kopi global. Penelitian ini menjabarkan upaya yang dilakukan Brazil dengan menggunakan teori *embedded liberalism* dan konsep *positioning*. Penelitian ini lantas mengajukan dua argumentasi untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu: (1) Brazil berhasil menetapkan *positioning* pada citra negara dalam dimensi makro melalui promosi investasi dan interaksi dalam rezim internasional; (2) Brazil berhasil menetapkan *positioning* pada citra negara dalam dimensi mikro melalui *product equity* pada pengguna dan harga-kualitas. Jangkauan penelitian dimulai pada tahun 1989 dan berakhir pada tahun 2016.

Kata kunci: Brazil, kopi, pasar kopi global, *positioning*, citra negara.