

**UPAYA PT.TIMAH TBK DALAM MENINGKATKAN
COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUK TIMAH DI
PASAR GLOBAL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Di Susun Oleh :

AURA AGUSTINE

07041181722040

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**UPAYA PT TIMAH TBK DALAM MENINGKATKAN
COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUK TIMAH DI PASAR
GLOABAL**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana (S-1) Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**

Oleh :

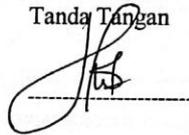
Aura Agustine

07041181722040

Pembimbing I

Hoirun Nisyak
NIP. 197803022002122002

Tanda Tangan

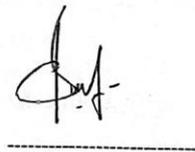


Tanggal

8/7/2022

Pembimbing II

Ferdiansyah, S.IP MA
NIP. 198904112019031013



12/7/2022



**UPAYA PT TIMAH TBK DALAM MENINGKATKAN COMPETITIVE
ADVANTAGE PRODUK TIMAH DI PASAR GLOBAL**

**Skripsi
Oleh :
Aura Agustine
07041181722040**

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal**

Pembimbing :

1. Hoirun Nisyak S.Pd M.Pd
NIP.19780302200212200

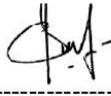
2. Ferdiansyah Rivai, S.IP.,MA
NIP.198904112019031013

Penguji :

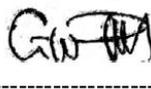
1. Gunawan Lestari Elake S.IP., MA
NIP.198405182018031000

2. Dra Retno Susilowati, MM
NIP.195905201985032003

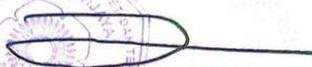
Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Disetujui Oleh
Ketua Jurusan

Sofyan Riffendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : Aura Agustine
NIM : 07041181722040
JURUSAN : Ilmu Hubungan internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “UPAYA PT TIMAH TBK DALAM MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUK TIMAH DI PASAR GLOBAL” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun

Inderalaya, 5 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Aura Agustine
NIM. 07041181722040

Abstrak

Berkembangnya industri otomotif dan elektronik di negara maju seperti, Jepang, Amerika, Cina dan negara-negara besar di kawasan Eropa yang membutuhkan pasokan timah untuk menjalankan industrinya merupakan peluang bagi perusahaan timah, khususnya perusahaan timah terbesar di Indonesia yaitu PT Timah Tbk. Mengingat banyaknya permintaan pasar global terhadap timah yang mengakibatkan persaingan pada perusahaan timah. penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana upaya perusahaan PT Timah Tbk menghadapi persaingan bisnis di tengah tingginya permintaan timah dunia yang akan ditinjau melalui teori Michael Porter yaitu *competitive advantage* untuk melihat seperti apa upaya yang dilakukan PT Timah Tbk dalam meningkatkan keunggulan bersaing atau *competitive advantage* pada produk timah di pasar global. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Dengan menggunakan data primer dan sekunder yang didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari perusahaan PT Timah Tbk serta literatur dari berbagai sumber yang relevan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan upaya yang dilakukan PT Timah Tbk dalam meningkatkan keunggulan bersaing atau *competitive advantage* dianggap berhasil karena mampu mengatasi permasalahan cadangan timah hingga mampu memasuki segmentasi pasar yang lebih luas, dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan kelas dunia lainnya.

Kata kunci : Timah, Competitive Advantage, Strategi generik

Mengetahui,

Indralaya Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Hoirun Nisyak S.Pd.,M.Pd
NIP. 19780302200212200

Ferdiansyah Riva, S.IP.,MA
NIP.198904112019031013



Ditetujui Oleh
Kepala Jurusan

Sofyan Effendi, S.IP.,M.Si
NIP. 197705122003121003

Abstract

The development of the automotive and electronic industries in developed countries such as Japan, America, China and major countries in the European region that need tin supply to run their industries is an opportunity for tin companies, especially the largest tin company in Indonesia, namely PT Timah Tbk. Considering the large global market demand for tin which results in competition in tin companies. This study aims to explain how the company's efforts to face business competition amid the high demand for tin in the world which will be reviewed through Michel Porter's theory, namely competitive advantage to see what kind of efforts PT Timah Tbk makes in increasing competitive advantage or competitive advantage in tin products in the global market. This research uses a qualitative approach using analytical descriptive methods. By using premiere and sekunder data obtained through interviews and documentation obtained from the company PT Timah Tbk as well as literature from various relevant sources. The results of this study show that the efforts carried out by PT Timah Tbk in increasing the competitive advantage of competitive advantage are considered successful because they are able to overcome the problem of tin reserves to be able to enter a wider market segmentation, and can compete with other world-class companies.

Keywords : Tin, Competitive Advantage, Generic strategy

Indralaya Agustus 2022

Mengetahui,

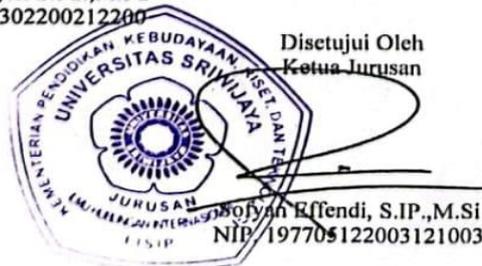
Pembimbing I


Hojran Nisyak S.Pd.,M.Pd
NIP. 19780302200212200

Pembimbing II


Ferdiansyah Rivai, S.IP.,MA
NIP.198904112019031013

Disetujui Oleh
Ketua Jurusan



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Karena atas berkat dan rahmat-Nya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sriwijaya. Saya menyadari tanpa bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Hoirun Nisyak S.Pd., M.Pd dan Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini ;
2. Orang Tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan materil dan moral; dan
3. Sahabat yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan Ilmu

Indralaya, 16 Juli 2022

Aura Agustine
07041181722040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Kerangka Teori.....	13
2.3. Bagan Kerangka Pemikiran	15
2.4. Argumen Utama	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Desain Penelitian	17
3.2 Definisi Konsep	18
3.2.1. Keunggulan Bersaing.....	18

3.2.2. Strategi Bersaing Generik	18
3.2.3. Timah (<i>tin</i>)	18
3.3. Fokus Penelitian	19
3.4. Unit Analisis Data	21
3.5. Jenis Dan Sumber Data	21
3.6. Teknik Pengumpulan Data	21
3.7. Teknik Keabsahan Data	22
3.8. Teknik Analisis Data	22
3.8.1. Reduksi Data	22
3.8.2. Penyajian Data	23
3.8.3. Penarikan Kesimpulan	23
BAB IV GAMBARAN UMUM	24
4.1 Sejarah PT. Timah Tbk	24
4.2 Identitas Perusahaan	25
4.2.1 Struktur PT Timah Tbk	27
4.2.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	28
4.3 Penggunaan Timah di Dalam Negeri	29
4.4 Penggunaan Timah di Dunia	30
4.5 Sejarah Penambang Timah Indonesia	31
4.6 Ketersediaan Timah di Indonesia	32
4.6.1 Sumber daya Timah di Indonesia	34
4.6.2 Cadangan Timah di Indonesia	34
4.7 Produksi dan Konsumsi Timah di Pasar Internasional	36
BAB V PEMBAHASAN	39
5.1 Competitive advantage	39
5.2 Cost leadership Strategy	41
5.2.1 Penekanan Biaya Produksi	42
5.2.2 Branding Produk	43

5.2.3 Riset Perusahaan	44
5.3 Diferensiasi.....	48
5.3.1 Inovasi Produk PT. Timah Tbk	48
5.3.2 Kualitas Produk	50
5.3.3 Teknologi Unggul Produksi	51
5.4 Fokus Pasar.....	56
5.4.1 Segmentasi Pasar Timah global	58
5.4.2 Pasar Domestik.....	62
BAB VI PENUTUP	65
6.1 KESIMPULAN	65
6.2 SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	8
Tabel 2.3 kerangka pemikiran.....	15
Tabel 3.3 Fokus Penelitian.....	20
Tabel 5.1 Produk dan negara Kompetitor Timah batang	40
Tabel 5.5.1 Perusahaan Timah Indonesia yang melakukan ekspor	61
Tabel 5.5.2 Perusahaan Industri Solder di Indonesia.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi timah dunia.....	2
Gambar 4.2.1 Struktur Organisasi PT Timah Tbk	27
Gambar 4.4 Aplikasi penggunaan timah global.....	31
Gambar 4.6.1 Diagram sumber daya timah	34
Gambar 4.7 Diagram produksi negara utama penghasil timah	37
Gambar 5.1 Tiga Strategi generik	39
Gambar 5.2.3 Peta survei cadangan timah	46
Gambar 5.3.1 Jenis produk timah solder.....	49
Gambar 5.3.2 Produk logam timah batang PT Tbk	51
Gambar 5.3.3 Technology borehole mining	52
Gambar 5.3.3 Teknologi Surface hydro mining.....	55
Gambar 5.5.1 Penjualan Timah Indonesia	60

BAB I

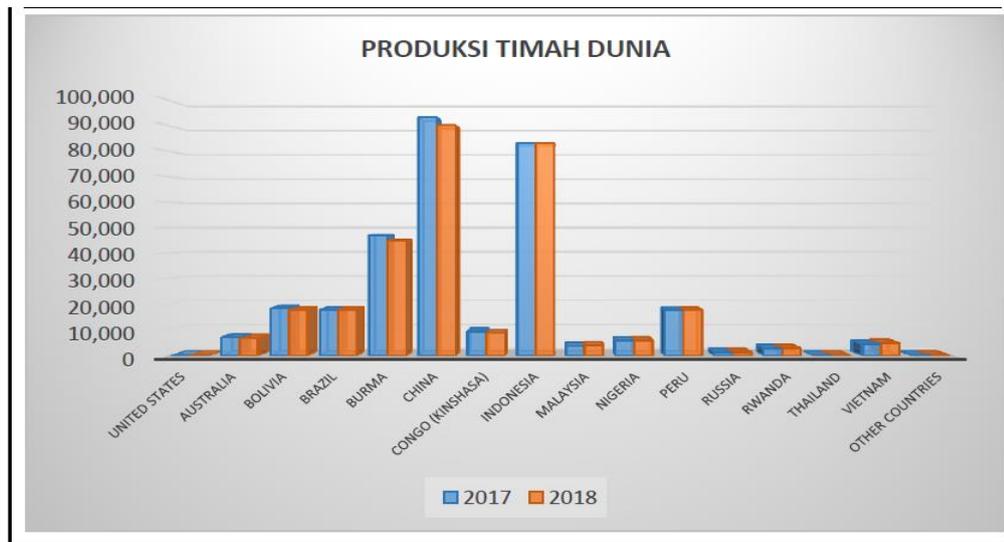
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perdagangan Internasional merupakan hal yang sudah mutlak dilakukan oleh setiap negara. Pada saat ini tidak ada satu negara pun yang berada dalam kondisi autarki atau negara yang terisolasi tanpa adanya hubungan ekonomi dengan negara lain. Hal ini disebabkan karena tidak ada negara yang bisa memenuhi kebutuhannya secara mandiri. Terjadinya perdagangan internasional didasari karena adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki oleh tiap wilayah atau negara. Berbicara mengenai perdagangan menjadi topik yang menarik untuk dibahas di dunia internasional, pada dasarnya dunia perdagangan tidak terlepas dari persaingan bisnis.

Persaingan pada perusahaan Timah dunia didorong dengan berkembangnya industri Otomotif dan Elektronik di negara maju seperti, Jepang, Amerika, Cina dan negara-negara besar di kawasan Eropa yang membutuhkan pasokan timah untuk menjalankan industrinya. Timah merupakan bahan kimia yang tahan terhadap karat, dengan periodik yang memiliki simbol sn. Indonesia merupakan penghasil timah terbesar ke dua di dunia setelah Cina, adapun Timah di Indonesia dikelola oleh salah satu perusahaan negara yaitu PT. Timah Tbk yang berada dalam naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

PT Timah Tbk merupakan produsen dan eksportir logam timah, yang memiliki segmen usaha penambangan timah terintegrasi mulai dari kegiatan eksplorasi, penambangan, pengolahan hingga pemasaran. Kontribusi PT Timah Tbk mencapai 26% dari total produksi timah global dan Indonesia merupakan eksportir timah terbesar di dunia yang berkontribusi hingga 25-30% dari total kebutuhan timah global (www.bareksa.com.2015).



Gambar 1.1 Produksi Timah Dunia
Sumber: USGS (2019)

Produk logam timah murni yang dihasilkan PT. Timah Tbk mempunyai kualitas yang telah diterima oleh pasar internasional, bersertifikasi dan terdaftar di *London Metal Exchange* (LME) dan Bursa Komoditi Derivatif Indonesia (BKDI). Pada tahun 2020 produk PT. Timah sebagian besar di ekspor ke pasar Asia sebesar 68%, Eropa 17%, dan pasar Amerika 14%. Sedangkan penjualan di pasar domestic hanya mencapai sebesar 2% (Tambang.co.id 2020). Dalam hal ini timah telah menjadi logam yang sering dibutuhkan untuk mendukung produk-produk inovatif sehingga peran logam timah yang dihasilkan PT Timah Tbk berdampak positif bagi perekonomian Indonesia di sektor tambang yang mana Indonesia sendiri mampu memproduksi 90.000 ton per tahun dan sekitar 30% produksi timah dunia merupakan timah yang berasal dari Indonesia tentunya yang sebagian besar dihasilkan oleh perusahaan PT Timah Tbk. Dalam hal ini PT timah Tbk memiliki para pesaingnya/ kompetitornya baik di pasar domestik maupun pasar internasional, para perusahaan yang tidak terlepas dari sifatnya bisnis terus menawarkan produk-produk timah terbaik di pasaran sehingga terjadilah persaingan bisnis, akan tetapi tidaklah mudah bagi perusahaan harus terus menyediakan (stok) produk timah ini mengingat Timah merupakan bijih

mineral yang ketersediaannya langka dan juga akan habis pada waktunya sedangkan di sisi lain mengingat perkembangan industri elektronik dan otomotif yang semakin terus berkembang membuat para perusahaan Timah bersaing menawarkan produk terbaik mereka.

PT.Timah Tbk berupaya meningkatkan Produksi Bijih Timah, akan tetapi produksi Timah di Indonesia cenderung dilakukan secara ilegal dan sangat masif sehingga akibat maraknya para penambang ilegal di Indonesia mengakibatkan kerugian dari perusahaan PT Timah yang mana wilayah tambang di Indonesia sendiri dikuasai PT Timah yang seharusnya menjadi keuntungan PT Timah Tbk, Jika biji timah yang dihasilkan dari wilayah eksplorasinya tidak ditambang secara ilegal. Untuk menangani permasalahan ini, PT Timah Tbk berupaya menggandeng para penambang untuk menambang dengan aman dan secara legal yang mana hasil produksinya harus di jual ke Perusahaan PT.Timah Tbk. Walaupun menjadi perusahaan kelas dunia dalam menghadapi situasi pasar global yang penuh dengan persaingan bisnis maka PT. Timah Tbk tentunya melakukan upaya agar tetap unggul dari pesaingnya, upaya tersebut ialah dengan meningkatkan keunggulan bersaing atau *competitive advantage*. Menurut Porter (1990) *competitive advantage* adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.

Produk yang ditawarkan PT. Timah Tbk sudah terdaftar di bursa luar negeri *London Metal Exchange (LME)* dan *Kuala Lumpur Tin Market (KLTM)* memiliki brand internasional yang dikenal dengan Banka Tin. Dengan kadar SN 99%. Hal ini menjadi keunggulan Produk timah pada segmen pasar tersebut karena dengan masuknya Produk Timah yang diperdagangkan melalui bursa tersebut menjadi kemudahan Bagi perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kepastian ketersediaan produk timah yang dihasilkan perusahaan PT. Timah menjadi tantangan perusahaan di tengah meningkatnya permintaan timah dunia yang didorong oleh pesatnya perkembangan industri elektronik di kawasan Asia yang secara

insentif membutuhkan logam timah sebagai bahan baku dari tahun ke tahun, akan tetapi mengingat sumber daya mineral aluvial darat maupun laut kian terus menipis menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan, sehingga hal ini mempengaruhi supply produksi yang akan diperdagangkan ke pasar luar negeri maupun domestik. Untuk mengatasi hal ini PT. Timah Tbk melakukan upaya kerjasama inovasi dengan Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbang) Teknologi Mineral dan Batubara (TEKMIRA) tujuan kerja sama ini ialah memperpanjang jangka waktu atau umur produksi biji timah yang dihasilkan perusahaan menjadi selama 12 tahun kedepan, sehingga Kerjasama ini mampu menjawab persoalan besar PT. Timah terkait pengelolaan mineral khususnya pengolahan bijih Timah Primer.

Keberhasilan Perusahaan PT. Timah Tbk dalam memasuki segmen pasar luar negeri yang cukup luas dan mampu mengatasi permasalahan sumber daya mineral yang mulai menipis menjadi bertahan lama hingga mencapai 12 tahun merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan competitive advantage / keunggulan bersaingnya dari segmen pasar maupun produknya sehingga competitive advantage menjadi alasan mengapa pasar memilih produk-produk Timah yang ditawarkan perusahaan PT Timah Tbk. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti lebih lanjut mengenai upaya yang dilakukan PT Timah Tbk yang membuat pasar global memilih Produk Timah yang dihasilkan perusahaan PT. Timah Tbk dengan judul **“Upaya PT.Timah Tbk Meningkatkan Competitive Advantage Produk Timah Di Pasar Global.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakangnya penulis mengajukan pertanyaan berupa, mengapa produk PT. Timah Tbk belum bisa memenuhi kebutuhan pasar global, Sedangkan Indonesia merupakan Produsen Timah terbesar di dunia sehingga dalam hal ini PT. Timah Tbk perlu meningkatkan *competitive advantage* Produk timah di pasar global ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tujuan, tujuan tersebut berguna sebagai pengetahuan terhadap permasalahan pada penelitian ini. Dari rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut ini: Memaparkan apa saja upaya yang dilakukan PT.Timah Tbk dalam meningkatkan *competitive advantage* produk timah di pasar global.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuannya maka penelitian ini diharapkan memberi manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah Ilmu pengetahuan di mata kuliah ilmu hubungan Internasional khususnya konsentrasi Perdagangan Internasional, mengenai salah satu perusahaan negara yaitu PT.Timah Tbk dan upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat bersaing di pasar global.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini kita dapat mengambil manfaat lain yaitu dapat memprediksi sejauh mana upaya PT.Timah Tbk meningkatkan kemampuan bersaing di pasar global.

Daftar pustaka

- Aji, I. (2019). UPAYA KONSERVASI MINERAL DAN PROYEKSI MASA DEPAN PERTAMBANGAN TIMAH DI INDONESIA. *PROSIDING TPT XXVIII PERHAPI 2019*, 3-6.
- Akhmad Solihin, Y. W. (2014). ANALISA KEBIJAKAN PERDAGANGAN TIMAH DALAM MEWUJUDKAN KEADILAN DAN KEDAULATAN TAMBANG DI INDONESIA. *See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/271446267>*, 11-16.
- Andi, D. (2021). *Kerjasama dengan Tekmira ESDM, Timah (TINS) mampu memperpanjang umur produksi 12 tahun*. jakarta: kontan.co.id.
- Bareksa (2015) Tins Rugi Rp 20 Triliun akibat penambangan ilegal. Bagaimana perhitungannya. bareksa.com
- Egenius Soda (2021) Di 2020 , Produksi Logam Timah TINS Capai 45.698 Ton. tambang.co.id
- Desi Purnama, Budi Purwanto. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Berdasarkan Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan dan Perencanaan Sumber Daya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*,, 2-3.
- Dávila, J. C. (2012). Tin Mining, Inc.: the paradox of organizational capabilities. *researchgate*, 1-5.
- Elias, M. C. (2018). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA PERUSAHAAN BIRO PERJALANAN DI. *AGORA Volume 6, No. 2, (2018) 1-6*, 2-3.
- Komalasari, I. (2017). UPAYA INDONESIA MENINGKATKAN DAYA SAING MUSLIM. *Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP Universitas Riau*, 3-4.

- Maranda, S. (2019). *Ini Penyebab Pasar Global Membeli Timah Indonesia dari Singapura*. pangkalpinang: tempo.co.
- SULISTA. (2019). TAMBANG INKONVENSIONAL: PERAN MASYARAKAT DAN DAYA TARIK EKONOMI BAGI PENAMBANG. *Jurnal Teknologi Mineral dan Batubara Volume 15, Nomor 1, Januari 2019 : 63 - , 3-4.*
- Tanti Nur Giyanti, D. N. (2019). Peran Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kosmetik di Pasar Asean Melalui E-Commerce. *Journal of International Studies*, 1-7.
- Utama, A. (2003). Upaya meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dalam era persaingan global melalui aliansi strategi. *Kajian bisnis No 30*, 1-23.
- Nurtia, N. E. (2014). Pengaruh Pasar Timah Indonesia (INATIN) terhadap Posisi Tawar Timah Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, 1(2)*, 1–15.
- Salim, Z., & Munadi, E. (2016). Info Komoditi Timah. In *Al Mawardi Prima*.
- Tbk, P. T. (2018). *Penguatan Fundamental Sebagai Strategi Menghadapi Tantangan Global*. www.timah.com.
- PT. Timah Tbk. (2018). *Penguatan Daya Saing Global Melalui Strategi Keberlanjutan. Laporan Keberlanjutan*.
- Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1995). The Comparative Advantage Theory of Competition. *Journal of Marketing*, 59(2), 1.
<https://doi.org/10.2307/1252069>
- <https://www.batan.go.id/index.php/id/kedeputian/teknologi-energi-nuklir/bahan-galian-nuklir/4978-batan-pt-timah-tbk-rampungkan-desain-konsep-dan-tekno-ekonomi-pabrik-pengolahan-monasit>

<https://mgi.esdm.go.id/content/penandatanganan-kontrak-kerjasama-blu-p3gl-dan-pt-timah-tbk>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/07/30/163033926/pt-timah-terapkan-teknologi-tambang-ramah-lingkungan>

<https://belitongekspres.sumeks.co/transformasi-pt-timah-terapkan-teknologi-baru-ramah-lingkungan/>

<https://www.icdx.co.id/news-detail/publication/meninjau-pasar-timah-indonesia>

<https://investasi.kontan.co.id/news/tahun-ini-timah-tins-targetkan-penjualan-31000-ton-logam-timah>

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210908115531-4-274566/ri-punya-harta-karun-top-2-dunia-konsumsinya-cuma-segini>

<https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2015-04-25/tins-rugi-rp-20-triliun-akibat-penambangan-ilegal-bagaimana-perhitungannya>

<https://bisnis.tempo.co/read/424808/industri-timah-kurangi-produksi-hingga-70-persen>