Bab 1. Memahami dan Mengelola Masalah Sosial dalam Bisnis **1**
Relasi Bisnis (dan Korporasi) Tambang dan Migas dengan Masyarakat 1
Tantangan Sosial-Politik Dunia Pertambangan 6
Tanggung Jawab Sosial Korporasi 11
Memahami Komunitas Lokal 15
Program CSR dan CD 19
Evaluasi Kinerja CSR dan CD 22
Mengelola Masalah Sosial: Sebuah Tantangan dan Peluang Bisnis 25
Organisasi Isi Buku 29

Bab 2. Permasalahan: Memahami Anatomi dan Implikasi Konflik Korporasi- Komunitas Lokal **31**
Pendahuluan 31

Model Konseptual 35
Sebab Konflik 38
Dinamika Konflik 40
Resolusi Konflik 42
Anatomi Konflik Industri Geotermal di Jawa Barat 45
Dinamika Konflik 46
Sebab Konflik 49
Resolusi Konflik 51
Implikasi Konflik 56
Implikasi Konseptual 56
Implikasi Praktis 60

Bab 3. *Corporate Sosial Responsibility: Social Justice* dan *Distributive Welfare* pada Industri Tambang dan Migas di Indonesia 65
Pendahuluan 65
Debat Filosofi, Teori dan Definisi tentang CSR 69
CSR, *Social Justice* dan *Distributive Justice*, dalam Industri Tambang 78

Bab 4. *Community Development* pada Industri Tambang dan Migas: Konsep, Pendekatan dan Implikasi 90
Pendahuluan 90
Konsep dan Pendekatan *Community Development* Korporasi Migas 92
Signifikansi CD pada Industri Tambang dan Migas 104
Keberhasilan Program *Community Development* 107

Bab 5. Pemetaan Sosial: Model Pendekatan dalam Analisis Pengembangan Relasi Korporasi dengan Komunitas untuk Industri Tambang dan Migas 116
Pendahuluan 116

Konsep Penting 120
Metode 125
Desain Penelitian 127
Penelitian Lapangan 129
Kerapian dan Interpretasi Data 130
Penulisan Laporan 132
Tipologi Desa 132
Tipologi Komunitas 139
Pemetaan Stakeholder 145
Pemetaan Relasi Korporasi dengan Stakeholder 149
Isu-Isu Penting 154
Implikasi Pemetaan Sosial terhadap Tata Kelola Korporasi 159

Bab 6. Tata Kelola Relasi Korporasi dengan Masyarakat: Desain Program *Corporate Social Responsibility* dan *Community Development* 167
Pendahuluan 167
Ragam Perspektif 170
Hubungan Tata Kelola CSR dan CD 174
Desain CSR 177
Visi 181
Misi 184
Prinsip 185
Kebijakan 187
Strategi 188
Program 190
Implementasi Program 191
Organisasi dan Anggaran 192
Indikator Keberhasilan 194
Desain CD 196
Tujuan 198
Prinsip 200
Analisis Situasi 202
Struktur Manajemen 203

Persiapan 205
Perencanaan 206
Implementasi 209
Monitoring dan Evaluasi 211
Laporan 212
Implementasi dan Keluaran 213

Bab 7. Evaluasi Program CSR dan CD: Definisi, Metode dan Implikasi 216
Pendahuluan 216
Definisi 218
Etika dan Pendekatan 222
Metode dan Langkah Kerja 224
Formulasi Desain Evaluasi 226
Substansi Evaluasi 227
Cakupan Wilayah dan Waktu 230
Metode Pengumpulan dan Analisis Data 232
Sampel, Informan, Objek Observasi dan Data Sekunder 237
Subjek Penilai 240
Pengukuran 243
Penyimpulan dan Rekomendasi 249
Implikasi Penting Hasil Evaluasi 251

Bab 8. Penutup: *Socio-Political Change, Adaptive Corporation* dan *Socially Responsible Corporation* 254
Socio-Political Change 254
Adaptive Corporation 259
Socially Responsible Corporation (SRC) 263