

Influence of Related Party Transactions on Firm Value with Corporate Social Responsibility as a Moderating Variable (Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2021–2024)

By Diana

Abstract

This research is a quantitative study that aims to examine the effect of Related Party Transactions consisting of RPT Sales, RPT Purchases, and Total RPT on firm value, as well as to test whether Corporate Social Responsibility is able to moderate these relationships. The background of this study is based on the sensitivity of related party transactions, which are often associated with potential conflicts of interest and declining investor trust, particularly in manufacturing companies with complex ownership structures. CSR is considered a mechanism that can enhance transparency and potentially reduce perceived risks. The research sample consists of 22 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021 to 2024 period, with a total of 88 observations selected using purposive sampling. Hypothesis testing was conducted using panel data regression analysis with the assistance of STATA at a 5 percent significance level. The results show that (1) RPT Sales have a negative and significant effect on firm value, (2) RPT Purchases have no significant effect on firm value, (3) Total RPT has no significant effect on firm value, (4) CSR is unable to weaken the effect of RPT Sales on firm value, (5) CSR is unable to weaken the effect of RPT Purchases on firm value, and (6) CSR is unable to weaken the effect of Total RPT on firm value.

Keywords: *Related Party Transactions, RPT Sales, RPT Purchases, Corporate Social Responsibility, Firm Value*

**Pengaruh *Related Party Transactions* terhadap Nilai Perusahaan dengan
Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi (Studi pada
Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2021–2024)**

By Diana

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Transaksi Pihak Berelasi yang terdiri dari RPT Penjualan, RPT Pembelian, dan RPT Total terhadap nilai perusahaan serta menguji apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan tersebut. Latar belakang penelitian didasarkan pada sensitivitas transaksi pihak berelasi yang sering dikaitkan dengan potensi konflik kepentingan dan penurunan kepercayaan investor, terutama pada perusahaan manufaktur yang memiliki struktur kepemilikan kompleks. CSR dipandang sebagai mekanisme yang dapat meningkatkan transparansi sehingga berpotensi mengurangi persepsi risiko. Sampel penelitian terdiri dari 22 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021 hingga 2024 dengan total 88 observasi yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi data panel dengan bantuan STATA pada tingkat signifikansi 5 persen. Hasil dari pengujian diperoleh (1) terdapat pengaruh negatif dan signifikan RPT Penjualan terhadap nilai perusahaan, (2) tidak terdapat pengaruh signifikan RPT Pembelian terhadap nilai perusahaan, (3) tidak terdapat pengaruh signifikan RPT Total terhadap nilai perusahaan, (4) CSR tidak dapat memperlemah pengaruh RPT Penjualan terhadap nilai perusahaan, (5) CSR tidak dapat memperlemah pengaruh RPT Pembelian terhadap nilai perusahaan, dan (6) CSR tidak dapat memperlemah pengaruh RPT Total terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Transaksi Pihak Berelasi, RPT Penjualan, RPT Pembelian, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan.