

ABSTRAK

Perdagangan barang *mirror* di platform media sosial, seperti Instagram, telah memunculkan tantangan dalam perlindungan hak merek di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan perdagangan barang di platform digital dalam perspektif perundang-undangan dan perlindungan hukum yang diberikan oleh Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) kepada pemilik atau pemegang hak merek terhadap pelanggaran yang terjadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan mengacu pada beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia, yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya, serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (MIG) dan peraturan-peraturan pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perdagangan barang di platform digital memerlukan regulasi yang komprehensif untuk melindungi hak merek dan mencegah pelanggaran kekayaan intelektual. UU Perdagangan memberikan kerangka hukum terkait legalitas usaha, standar barang, dan perlindungan konsumen. UU ITE mengatur tanggung jawab Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) dalam mencegah penyebaran konten ilegal, termasuk perdagangan barang *mirror*, melalui mekanisme pengawasan dan kerja sama dengan otoritas hukum. UU MIG memberikan dasar hukum untuk perlindungan hak merek, termasuk tindakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi di platform digital. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa PSE memiliki peran penting dalam mencegah pelanggaran hukum melalui langkah preventif, seperti edukasi terhadap pengguna akun, pengawasan teknologi, dan kemitraan dengan pemilik merek, serta langkah represif, seperti penghapusan konten ilegal dan pemblokiran akun.

Kata Kunci: perlindungan hukum., perdagangan barang *mirror*., hak merek., penyelenggara sistem elektronik.

ABSTRACT

The trading of mirror goods on social media platforms, such as Instagram, has raised challenges in the protection of brand rights in the digital era. This research aims to analyse the regulation of trade in goods on digital platforms in the perspective of legislation and the legal protection provided by the Electronic System Operator to the owner or holder of brand rights against violations that occur. This research uses a normative juridical approach by referring to several laws and regulations in Indonesia, namely Law Number 7 Year 2014 on Trade, Law Number 11 Year 2008 on Electronic Information and Transactions (ITE) and its amendments, as well as Law Number 20 Year 2016 on Trademarks and Geographical Indications (MIG) and other supporting regulations. The results show that trading goods on digital platforms requires comprehensive regulation to protect brand rights and prevent intellectual property infringement. The Trade Law provides a legal framework related to business legality, goods standards, and consumer protection. The ITE Law regulates the responsibilities of Electronic System Operators in preventing the spread of illegal content, including trade in mirror goods, through monitoring mechanisms and cooperation with legal authorities. The MIG Law provides a legal basis for the protection of brand rights, including legal action against infringements that occur on digital platforms. This research also shows that PSEs have an important role in preventing legal violations through preventive measures, such as education towards user, technology surveillance, and partnerships with brand owners, as well as repressive measures, such as the removal of illegal content and account blocking.

Keywords: *legal protection., mirror goods trading., trademark rights., electronic system operator.*