

Tarot Antara Ilmu dan Pseudo-Science: Perspektif dalam Etika Bisnis dan Moralitas

Jennifer Aurelia Chandra; Ardhianita Zalfa Cahyani; Dinah Diyanah Inawan; Rama Bayu Saputra; Universitas Pradita, jennifer.aurelia@student.pradita.ac.id

ABSTRACT: The practice of tarot reading has become increasingly widespread, especially among young people seeking direction in life through social media. However, behind its popularity lies an important question: can tarot be considered a form of scientific knowledge, or is it merely a belief system without empirical basis (pseudo-science)? And if it is indeed speculative, is it ethically acceptable to commercialize such a practice? This study aims to examine the position of tarot within the realm of science and to evaluate its commercialization from the perspectives of business ethics and morality. Using a qualitative approach, this research combines literature review, field observations via digital media, and informal interviews with a tarot practitioner. The findings show that tarot does not meet the criteria of scientific knowledge, as it cannot be objectively tested and relies heavily on personal intuition. From a business ethics standpoint, the practice raises concerns due to its potential to mislead consumers without honest disclosure. Morally, selling something uncertain without transparency is seen as irresponsible. Therefore, although tarot may seem entertaining and intriguing, its commercialization warrants critical reconsideration to ensure it does not violate ethical principles in social and commercial interactions.

KEYWORDS: Tarot, Pseudo-Science, Business Ethics, Morality

ABSTRAK: Praktik pembacaan tarot kini kian menjamur terutama di kalangan anak muda yang mencari arah hidup lewat media sosial. Namun dibalik popularitasnya, muncul pertanyaan penting mengenai apakah tarot dapat dianggap sebagai ilmu pengetahuan atau hanya sekadar kepercayaan tanpa dasar ilmiah (pseudo-science)? dan jika benar bersifat spekulatif, apakah etis praktik ini diperjualbelikan? Penelitian ini bertujuan untuk mengupas kedudukan tarot dalam pandangan keilmuan serta meninjau praktik komersialisasinya dari sudut pandang etika bisnis dan moralitas. Dengan metode kualitatif, studi ini memadukan kajian literatur dan observasi lapangan melalui media digital serta wawancara informal dengan seorang praktisi tarot digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarot tidak memenuhi standar sebagai ilmu pengetahuan karena tidak dapat diuji secara objektif dan lebih bergantung pada intuisi personal. Dari sisi etika bisnis, praktik ini menimbulkan kekhawatiran karena berisiko menyesatkan konsumen tanpa penjelasan yang jujur. Sementara itu, secara moral, tindakan memperjualbelikan sesuatu yang tak pasti tanpa transparansi dinilai tidak bertanggung jawab. Dengan demikian, meski tampak menarik dan menghibur, praktik jual beli tarot perlu dikaji ulang agar tidak melanggar prinsip etis dalam interaksi sosial maupun komersial.

KATA KUNCI: Tarot, Pseudo-Science, Etika Bisnis, Moralitas

I. PENDAHULUAN

Tarot merupakan sebuah medium yang berakar pada mitos dan legenda, tercermin melalui gambar-gambar yang awalnya bersumber dari cerita-cerita rakyat di berbagai daerah dan terus mengalami perkembangan seiring waktu. Tarot sering dihubungkan dengan unsur mistik, supranatural, serta ramalan masa depan. Namun bagi sebagian orang, tarot dipandang sebagai alat yang mampu membangkitkan intuisi, membantu manusia menjalin komunikasi dengan dunia batinnya. Keseluruhan satu set tarot memiliki jumlah 78 kartu yang terbagi menjadi 2 bagian : Arcana Mayor memiliki jumlah 22 kartu dan Arcana Minor berjumlah 56 kartu (Putri,2019)

Menurut sumber Tribun Bali, selama masa pandemi *Covid-19*, minat masyarakat untuk membaca peruntungan melalui kartu tarot mengalami peningkatan. Hal ini disampaikan oleh pembaca tarot, Rara Istiati Wulandari, yang dalam sehari bisa melayani hingga 10 klien. “Rata-rata sehari sampai 10 orang. Hari ini saja ada tujuh orang,” ungkapnya pada Kamis (30/4/2020). Karena situasi pandemi, Rara pun membuka layanan pembacaan tarot secara online (Supartika,2020). Walaupun terjadinya peningkatan antusias terhadap tarot sebagian masyarakat masih mempertanyakan apakah tarot ini sesungguhnya dapat dipercaya dari segi ilmu atau hanya ilmu semu/ khayalan saja.

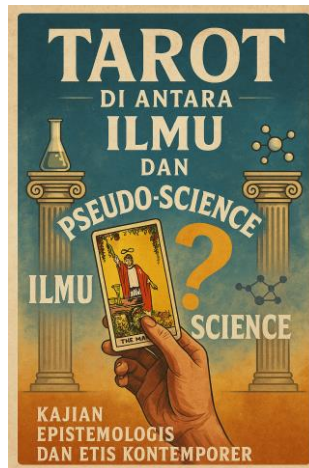
Menurut sumber *merdeka.com*, *pseudoscience* atau ilmu semu membahas mengenai klaim, kepercayaan atau praktik yang dikatakan berbasis ilmiah, namun sebenarnya tidak mengikuti metode ilmiah yang sah (merdeka.com, 2024). Pseudosains adalah Ilmu pengetahuan yang sifatnya tidak valid dan tidak rasional. Karena bersifat tidak valid, *pseudoscience* dapat membingungkan antara mana yang benar secara ilmiah atau hanya spekulasi. Praktek ilmu semu dapat dijumpai di berbagai bidang salah satunya adalah tarot.

Namun jika praktik tarot ini termasuk dalam ilmu yang tidak terbukti secara ilmiah ,apakah etis untuk diperjual belikan? Berdasarkan artikel universitas stekom, etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* dalam bentuk jamaknya (ta etha) yang artinya “kebiasaan”(santoso,2022). Etika diartikan sebagai kejujuran seseorang saat berada di

tengah orang lain . Etika mempengaruhi perilaku dan membantu seseorang dalam membuat keputusan yang tepat. Etika juga mengatur hidup kita dalam bertindak secara bertanggung jawab.

Menurut Novena Clarissa Tiananda, Azizah Alie, Yelly Elanda dalam judul Komersialisasi ramalan tarot oleh tarot reader di kota Surabaya (studi pada jurnal penelitian mahasiswa ilmu sosial, ekonomi, dan bisnis islam) “ kasus praktik yang dilakukan oleh para tarot reader. Adanya kecenderungan kehidupan anak muda khususnya yang tinggal di perkotaan masih memiliki pemikiran rasional yang dimana hal tersebut memunculkan permintaan terhadap ramalan tarot. Adanya peluang ini dijadikan peluang bisnis, karena sadar ternyata ilmu tarot dapat menjadi sumber ekonomi” . Menurut kami fenomena ini kurang menunjukkan etika berbisnis dengan baik karena pada dasarnya ketika ingin memperjualbelikan suatu bisnis seharusnya berlandaskan transparansi, jujur, dan objektif. Bukan sekedar yang ilmunya masih subjektif. ilmu tarot bersifat subjektif dan spekulatif. Sehingga ilmu belum ini sebaiknya jangan diperjualbelikan (Tiananda, Alie, dan Elanda, 2022).

Di zaman modern ini, banyak masyarakat khususnya anak muda yang mempercayai praktik tarot, meskipun keilmuan tarot belum teruji secara ilmiah dan sering dikategorikan sebagai ilmu semu. Aspek etis dari praktik ini pun masih menjadi perdebatan karena pada dasarnya tarot memperjualbelikan suatu bentuk pengetahuan yang tidak pasti. Berdasarkan permasalahan tersebut, melalui jurnal ini kami ingin membahas lebih dalam mengenai tarot: apakah ia dapat dianggap sebagai ilmu atau sekadar kepercayaan yang bersifat semu dan nantinya jika ilmu ini hanyalah ilmu khayalan apakah etis untuk diperjualbelikan.



Gambar 1. *Ilustrasi perdebatan tarot sebagai ilmu atau pseudo-science*

Bagaimana kedudukan tarot dalam pandangan keilmuan (apakah termasuk ilmu pengetahuan atau *pseudo-science*?). Jika tidak terbukti secara keilmuan, apakah etis untuk diperjualkan belikan dari sudut pandang etika bisnis dan moral?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kedudukan tarot dalam pandangan keilmuan dan etikanya dalam memperjualkan belikan dalam sudut pandang etika bisnis dan moralitas.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta jenis penelitian gabungan antara *studi literatur* dan *studi lapangan (empiris)*.

A. Jenis Penelitian: Studi Literatur dan Studi Lapangan

Penelitian ini menggabungkan dua metode utama, yaitu studi literatur sebagai dasar teori dan studi lapangan

1. Studi Literatur

Studi literatur adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku, artikel, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Studi literatur dilakukan untuk menelusuri berbagai teori yang berkaitan dengan masalah penelitian, sehingga dapat dijadikan acuan atau landasan dalam menganalisis dan membahas hasil penelitian (Ansori dan Martoyo, 2024)

Harjanto, H. (2024). *Fenomena Kepercayaan Anak Muda terhadap Praktik Tarot sebagai Gaya Hidup Digital*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/muda/2024/07/27/melacak-nasib-lewat-tarot-dan-garis-tangan>

2. Studi Lapangan melalui digital (Empiris)

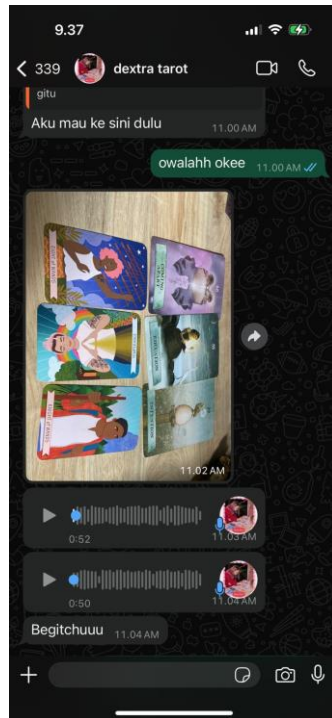
Penelitian ini juga bersifat empiris dengan fokus pada praktik tarot dalam bentuk digital. Studi lapangan dilakukan melalui observasi non-partisipatif selama 3 hari pada platform media sosial seperti *TikTok* untuk mengetahui pola, perilaku, dan interaksi.



Gambar 2. Observasi tarot reader pada Tik Tok

Sumber: Asmitha Crystal tiktok

Wawancara informal terhadap satu praktisi *tarot* digital. Pertanyaan diarahkan pada pengalaman subjektif, motif spiritual, bentuk kepercayaan, dan posisi mereka terhadap status keilmuan dari praktik *tarot*.



Gambar 3. Wawancara terhadap tarot reader digital

Sumber : percakapan pribadi salah satu anggota kelompok

3. Bahan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga kategori utama sumber data yang dipilih yaitu :

- a. Literatur Akademik
Kategori ini mencakup teks-teks ilmiah yang menjadi dasar dalam membangun kerangka teoritis. Literatur yang dikaji meliputi karya-karya penting terkait tarot, pseudo-science, etika bisnis dan moralitas.
- b. bDokumen Digital
Data visual dan digital dikumpulkan dari platform media sosial populer seperti, TikTok, dan YouTube. Konten yang dikaji meliputi visualisasi kartu tarot, narasi dalam teks dan audio, teknik presentasi spiritual. Aspek lain seperti komentar pengguna dan pola komunikasi juga digunakan untuk memahami bagaimana perspektif praktik tarot.
- c. Wawancara Informal
Data kualitatif diperoleh melalui wawancara

terhadap satu praktisi pengguna layanan tarot digital. Wawancara ini dirancang untuk mengetahui perspektif tarot dari segi subjektivitas menurut ahli tarot tersebut.

III. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Tarot dalam Perspektif Keilmuan

Berdasarkan studi literatur dan hasil analisis, tarot tidak memenuhi kriteria sebagai ilmu pengetahuan. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya dasar teori yang dapat diuji secara ilmiah karena kurangnya objektivitas. Tarot lebih bersifat spekulatif dan sangat bergantung pada pandangan pribadi dari pembacanya. Oleh karena itu, tarot lebih dikategorikan sebagai *pseudo-science* (ilmu semu) karena tidak dapat dibuktikan melalui metode ilmiah yang *valid*. Berdasarkan kompiasiana, “Saya memandang tarot sebagai bagian dari psikologi semu (pseudoscience psychology), atau bisa disebut sebagai ilmu yang belum sepenuhnya ilmiah” ungkap (Anggoro, 2015)

B. Tinjauan Etis terhadap Praktik Tarot

1. Etika Ilmu

Menurut jurnal pemikiran pendidikan universitas negeri makassar, etika ilmu pengetahuan merupakan kajian penting untuk memastikan bahwa praktik ilmiah tidak berpatok kebenaran dan objektivitas, namun melihat pada nilai-nilai moral yang dapat memberikan manfaat bagi manusia (Syam, Kamaruddin, dan Sinring, 2025). Etika Ilmu berkaitan dengan prinsip-prinsip ilmiah, seperti objektivitas, rasionalitas, dan verifikasi. Suatu pengetahuan dikatakan ilmiah apabila ilmunya dapat diuji, dibuktikan, dan diulang hasilnya secara sistematis. Ilmu pasti merupakan fondasi utama dalam ilmu pengetahuan karena menghasilkan kesimpulan yang bersifat mutlak dan dapat dibuktikan secara ilmiah. Menurut artikel dari Kumparan 2022, Ilmu adalah sekumpulan teori yang telah teruji, yang berfungsi untuk menjelaskan

pola-pola keteraturan maupun ketidakteraturan di antara berbagai fenomena yang diamati dengan cermat (kumparan, 2022)

Dalam konteks ini tarot tidak memenuhi kriteria sebagai ilmu pengetahuan, karena tidak berbasis pada teori ilmiah yang dapat diverifikasi secara objektif. Pembacaan tarot lebih bersifat spekulatif dan subjektif karena tergantung pada intuisi pembacanya. Tarot tergolong dalam *pseudo-science* sehingga tidak layak dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan atau keyakinan.

2. Etika Bisnis

Berdasarkan jurnal digital bisnis universitas muhammadiyah jakarta, Etika bisnis adalah sekumpulan nilai dan prinsip moral yang membimbing perilaku dalam dunia usaha (Rini, Santoso, Rasenda, Wiyana, dan Putra, 2025). Di lingkungan perusahaan, etika ini berperan dalam membentuk nilai-nilai, norma, dan perilaku para karyawan maupun pimpinan. Kehadiran etika bisnis menjadi penting untuk menciptakan hubungan yang adil dan sehat dengan para pelanggan, mitra kerja, masyarakat, hingga para pemegang saham.

Secara umum, terdapat empat pendekatan utama dalam teori etika bisnis. Salah satunya adalah utilitarianisme yang berasal dari kata Latin *utilis* berarti "bermanfaat". Etika utilitarianisme menjelaskan mengenai prinsip memaksimalkan keuntungan untuk banyak orang tujuannya untuk menciptakan kebahagiaan bagi banyak orang berhubungan dengan pemakaian sumber daya (Putra, 2024) Teori ini menyatakan bahwa suatu tindakan dianggap baik apabila membawa manfaat terbesar bagi sebanyak mungkin orang. Oleh karena itu, utilitarianisme kerap digolongkan sebagai teori teleologis, karena menilai nilai etis berdasarkan pencapaian tujuan dari suatu tindakan.

Sementara itu, teori deontologi berasal dari kata Yunani "deon" yang artinya diharuskan atau wajib, menerangkan bahwa benar atau salahnya suatu tindakan tidak bergantung pada konsekuensi, tetapi pada tindakan secara langsung dilarang atau diwajibkan (Surajiyo dan Dhika, 2024). Teori ini menekankan bahwa baik buruknya suatu tindakan tidak

semata-mata dilihat dari hasil akhir, melainkan berdasarkan kewajiban moral yang melekat pada tindakan tersebut. Artinya, suatu tindakan dianggap benar karena memang seharusnya dilakukan, bukan karena menghasilkan sesuatu yang baik.

Etika Bisnis menekankan pada nilai kejujuran, transparansi, tanggung jawab terhadap konsumen serta tidak menyesatkan pihak lain demi keuntungan pribadi. Dalam praktik jual beli tarot, konsumen sering kali diberikan informasi yang terkesan meyakinkan padahal tidak memiliki dasar ilmiah. Jika konsumen mempercayai informasi tersebut secara mutlak, maka hal tersebut dapat menimbulkan kerugian emosional, psikologi, dan finansial. Maka dari itu tidak etis memperjualbelikan ilmu yang bersifat semu tanpa menyampaikan bahwa itu bukan ilmu pasti, dapat dianggap melanggar etika bisnis karena bersifat manipulatif dan menyesatkan konsumen.

3. Etika Moral

Etika moral merupakan cabang ilmu yang mempelajari mengenai tindakan yang dianggap benar atau salah, serta pedoman berperilaku seseorang berdasarkan nilai-nilai moral yang diyakini seperti kejujuran, tanggung jawab, dan sopan santun. Secara lughawi, istilah “moral” bersumber dari kata Latin “mos” yang artinya “kebiasaan” atau “tradisi” (Aisyah dan Fitriatin, 2024)

Etika moralitas merupakan bagian dari etika yang menitikberatkan pada penilaian tindakan benar atau salah berdasarkan nilai-nilai universal seperti kejujuran, tanggung jawab sosial, dan prinsip untuk tidak merugikan sesama. Dalam praktik jasa pembacaan tarot, apabila informasi yang diberikan tidak memiliki dasar kebenaran atau tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, maka hal tersebut mencerminkan ketidakjujuran.

Jika seorang pembaca tarot memanfaatkan ketakutan atau kecemasan klien untuk meraih keuntungan pribadi, hal ini dapat dinilai bertentangan dengan tanggung jawab sosial dan nilai-nilai kemanusiaan. Selain itu, membiarkan konsumen percaya sepenuhnya terhadap hal

yang bersifat subjektif dan spekulatif juga berpotensi menjadi bentuk manipulasi moral. Oleh karena itu, menjual jasa tarot tanpa menjelaskan bahwa layanan tersebut bukan bagian dari ilmu pasti dan tidak memberikan hasil yang mutlak, dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip-prinsip etika moral.

IV. KESIMPULAN

Tarot tidak dapat dikategorikan sebagai ilmu pengetahuan karena bersifat subjektif dan tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, sehingga lebih tepat disebut sebagai pseudo-science atau ilmu semu. Dari sudut pandang etika bisnis dan moralitas, praktik jual beli layanan tarot juga dinilai tidak etis karena minimnya transparansi, potensi manipulasi, serta kurangnya tanggung jawab sosial terhadap konsumen. Jika layanan ini diperjualbelikan tanpa penjelasan yang jujur mengenai sifat spekulatif dan tidak pastinya, maka hal tersebut dapat dianggap melanggar prinsip kejujuran, keadilan, dan perlindungan terhadap konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmadruss12. (2024, Desember). *Kajian filsafat pseudo-science*. Blogspot. <https://ahmadruss12.blogspot.com/2024/12/kajian-filsafat-pseudo-science.html>
- Bali Tribun News. (2020, April 30). *Rara bisa layani 10 orang per hari, pesanan membaca tarot meningkat saat pandemi Covid-19*. <https://bali.tribunnews.com/2020/04/30/rara-bisa-layani-10-orang-per-hari-pesanan-membaca-tarot-meningkat-saat-pandemi-covid-19>
- Elibrary UNIKOM. (n.d.). *BAB II: Kajian teori - Komunikasi interpersonal dalam komunitas tarot*. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/8588/8/UNIKOM_Rick_e%20Putriutami%20Nurrahman_BAB%20II.pdf
- Harian Jogja. (2025, Mei 4). *Kisah usaha tarot telling, mengintip proyeksi masa depan*. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2025/05/04/510/1211625/kisah-usaha-tarot-telling-mengintip-proyeksi-masa-depan>
- Kompas.com. (2021, Juni 28). *Etika bisnis: Pengertian, teori, prinsip, dan contohnya*. Kompas Skola. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/28/134641969/etika-bisnis-pengertian-teori-prinsip-dan-contohnya>
- Kumparan. (2022). *Apa yang dimaksud dengan ilmu pasti? Ini penjelasan dan contohnya*. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/apa-yang-dimaksud-dengan-ilmu-pasti-ini-penjelasan-dan-contohnya-1ywNViLqvqC/full>
- Medium. (n.d.). *The science behind tarot: Can it be explained?* <https://medium.com/@lighttarot/the-science-behind-tarot-can-it-be-explained-a58dcf4579ce>
- Neliti. (n.d.). *Komersialisasi ramalan tarot oleh Tarot Reader sebagai bentuk profesi alternatif*. <https://media.neliti.com/media/publications/407097-komersialisasi-ramalan-tarot-oleh-tarot-87bf8764.pdf>

- Repository UIN Antasari. (n.d.). *BAB III: Pandangan Islam terhadap praktik ramalan.* <https://idr.uin-antasari.ac.id/25465/6/BAB%20III.pdf>
- Repository UIN SUSKA. (n.d.). *BAB III: Analisis praktik perdukunan dari perspektif hukum Islam.* <https://repository.uin-suska.ac.id/6575/4/BAB%20III.pdf>
- ResearchGate. (2023). *Etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis.* https://www.researchgate.net/publication/391219047_ETIKA_DAN_TANGGUNG_JAWAB_SOSIAL_DALAM_BISNIS
- ResearchGate. (2023). *Strategi dan etika pemasaran.* https://www.researchgate.net/publication/375082999_Strategi_dan_Etika_Pemasaran
- ResearchGate. (2024). *Etika bisnis: Konsep, ruang lingkup, dan dasar etika dalam konteks bisnis.* https://www.researchgate.net/publication/382741670_ETIKA_BISNIS_KONSEP_RUANG_LINGKUP_DAN_DASAR_ETIKA_DALAM_KONTEKS_BISNIS
- ResearchGate. (2024). *Psikologi sosial: Konsep dan implementasi.* https://www.researchgate.net/publication/379986513_PSIKOLOGI_SOSIAL_Konsep_dan_Implementasi
- Scribd. (n.d.). *Makalah moralitas dan etika bisnis.* <https://www.scribd.com/document/393686477/Makalah-Moralitas-Dan-Etika-Bisnis>
- TambahPinter.com. (n.d.). *Definisi etika moral dan moralitas.* <https://tambahpinter.com/definisi-etika-moral-dan-moralitas/>
- Zilfaroni. (2023, Februari). *Ilmu pengetahuan dan pseudo-sains.* <https://www.zilfaroni.web.id/2023/02/ilmu-pengetahuan-dan-pseudo-sains.html>