

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Penggunaan komputerisasi sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu usaha. Perkembangan ini harus dilengkapi dengan perencanaan serta strategi yang tepat agar memperoleh hasil terbaik dalam sebuah penelitian yang sedang dilakukan untuk membahas mengenai pemodelan data runtun waktu. Data runtun waktu adalah data yang dikumpulkan dan dicatat berdasarkan urutan waktu. Saat ini PT. Willy Dwi Perkasa menggunakan strategi pemasaran yang mengandalkan promosi pelanggan satu ke calon pelanggan lainnya. Dengan begitu informasi mengenai kualitas minyak solar yang dimiliki oleh PT. Willy Dwi Perkasa dapat menyebar secara menyeluruh ke customer lainnya. dari penjualan pada 3 tahun terakhir yaitu tahun 2019 (16.220.816 Liter), tahun 2020 (4.908.653 Liter), dan tahun 2021 (17.289.722 Liter). Dilihat pada tahun 2019 penjualan minyak solar mengalami kenaikan, sedangkan pada tahun 2020 penjualan mengalami penurunan yang sangat drastis. Dengan ketidakseimbangan antara benefit dan cost membuat perusahaan harus bekerja keras untuk mengurangi tingkat resiko kerugian yang tidak dapat diminimalisir dengan baik

Kata Kunci : PT. Willy Dwi Perkasa, Peramalan, Penjualan, Minyak Solar,